

Минобрнауки России
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова

СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ЗНАНИЯ

Том 3 № 1 (9) 2017

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Издается с августа 2015 года
Выходит 4 раза в год

УЧРЕДИТЕЛЬ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Л. Б. Парфенова, доктор экономических наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)
З. В. Брагина, доктор технических наук, профессор, МУБиНТ (Ярославль, РФ)
Л. А. Карасева, доктор экономических наук, профессор, ТвГУ (Тверь, РФ)
И. Ю. Киселев, доктор социологических наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)
И. А. Григорьева, доктор социологических наук, профессор, СПбГУ (Санкт-Петербург, РФ)
Г. А. Ключарев, доктор философских наук, профессор, Институт социологии РАН (Москва, РФ)
А. И. Василевский, кандидат экономических наук, доцент, ЯрГУ (Ярославль, РФ)
Л. Г. Антонова, доктор педагогических наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)
И. А. Стернин, доктор филологических наук, профессор, ВГУ (Воронеж, РФ)
М. В. Шаманова, доктор филологических наук, доцент, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор:

Л. Б. Парфенова, доктор экономических наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

Члены редколлегии:

И. Ю. Киселев, доктор социологических наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

М. В. Шаманова, доктор филологических наук, доцент, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

Ф. Н. Завьялов, доктор экономических наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

Ответственный секретарь:

А. А. Кострова, кандидат экономических наук, доцент, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

РЕДАКЦИЯ

Адрес: ЯрГУ, ул. Советская, д. 14, г. Ярославль, 150003, Россия

E-mail: sgz-journal@ya.ru

Тел.: +7-980-650-81-40 (Кострова Алла Анатольевна)

The Ministry of Education and Science of the Russian Federation
P. G. Demidov Yaroslavl State University

SOCIAL'NYE I GUMANITARNYE ZNANIJA

Volume 3 № 1 (9) 2017

SCIENTIFIC JOURNAL

Start date of publication – August 2015
Published quarterly

FOUNDER

P. G. Demidov Yaroslavl State University

EDITORIAL COUNCIL

Lyudmila B. Parfenova – P. G. Demidov Yaroslavl State University, (Russia)
Zinaida V. Bragina – Yaroslavl International Business and New Technologies Academy (Russia)
Ludmila A. Karaseva – Tver State University (Russia)
Igor Yu. Kiselev – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)
Irina A. Grigorieva – St. Petersburg State University (Russia)
Gregory A. Klyucharev – Institute of Sociology RAS (Russia)
Albert I. Vasilevskiy – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)
Lyubov G. Antonova – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)
Joseph A. Sternin – Voronezh State University (Russia)
Marina V. Shamanova – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)

EDITORIAL BOARD

Editor-In-Chief:

Lyudmila B. Parfenova – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)

The editorial board:

Igor Yu. Kiselev – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)

Marina V. Shamanova – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)

Fedor N. Zavyalov – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)

Editorial Board Secretary:

Alla A. Kostrova – P. G. Demidov Yaroslavl State University (Russia)

EDITORIAL OFFICE CONTACTS

Mailing Address: Sovetskaya str. 14, Yaroslavl, Russia, 150003

E-mail: sgz-journal@ya.ru

Phone: +7-980-650-81-40 (Alla Anatolyevna Kostrova)

16+

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Переломова И. Г.

Меры государственного стимулирования инновационного экономического развития современной России..... 5

Иванова В. Н.

Перспективы развития мирового рынка золота как инвестиционного инструмента и резервного актива..... 11

Парфенова Л. Б., Пугачев А. А., Подвезько А.

Применение многокритериальных методов для сравнительной оценки налогового потенциала регионов 24

СОЦИОЛОГИЯ

Власова А. А.

Социальная безопасность в структуре социального благополучия человека и общества..... 35

Загребин В. В.

Процесс социализации молодёжи через призму социологической теории 42

Албегова И. Ф., Корешкова И. С.

Молодые инвалиды как социальная группа и объект социальной работы 50

Балог А. И.

Влияние социальной активности молодёжи на её позиции на рынке труда 55

ФИЛОЛОГИЯ

Антонова Л. Г., Жданова Т. А.

Новые модели интернет-коммуникации в социальных сетях..... 63

Касаткина Н. Н., Смирнова Д. А.

Построение номинативного поля концепта «Мигрант» на материале статей онлайн-версий российских газет 2010–2011 и 2015–2016 гг. 69

Демидова Д. Г.

Понятие национальной идентичности в политическом дискурсе Великобритании (на материале текстов публичных выступлений парламентариев-консерваторов в 2010–2016 годах) 76

Копейкина И. И., Талицкая А. А., Шаманова М. В.

Психолингвистическое значение современных английских заимствований в языковом сознании студентов 81

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № ФС 77 - 66187 от 20.06.2016 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Подписной индекс в Объединенном каталоге «Пресса России» – 31978. Формат А4. Объем 90 с. Тираж 50 экз. Свободная цена. Заказ № 17040. Дата выхода в свет 30.03.2017.

CONTENTS

ECONOMICS

Perelomova I. G.

The state promotion measures of present innovative economy development in Russia 5

Ivanova V. N.

Prospects of Development of the World Gold's Market as an Investment Tool and a Reserve Asset 11

Parfenova L. B., Pugachev A. A., Podvieszko A.

Application of multiple criteria methods for comparative assessment of the regional tax potential 24

SOCIOLOGY

Vlasova A. A.

Social security in the structure of social well-being of man and society 35

Zagrebin V. V.

The process of socialization of young people through the prism of sociological theory 42

Albegova I. F., **Koreshkova I. S.**

Young people with disabilities as a social group and the object of social work 50

Balog A. I.

The influence of social activity of young people on its position on the labour market 55

PHILOLOGY

Antonova L. G., Zhdanova T. A.

New model of Internet communication in social networks 63

Kasatkina N. N., Smirnova D. A.

The nominative field of the concept «migrant» on the basis of Russian online-newspaper articles dated 2010–2011 and 2015–2016 69

Demidova D. G.

British identity in political discourse in Great Britain (based on speeches of Conservative MPs in 2010–2016) 76

Kopeykina I. I., Talitskaya A. A., Shamanova M. V.

Psycholinguistic Meaning of Modern English Borrowed Words in Students' Linguistic Consciousness 81

Издатель и его адрес: Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова; 150003, Россия, г. Ярославль, ул. Советская, 14. Типография и ее адрес: ООО Филигрань; 150049, Россия, г. Ярославль, ул. Свободы, 91.

ЭКОНОМИКА

УДК 330.3

Меры государственного стимулирования инновационного экономического развития современной России**The state promotion measures of present innovative economy development in Russia****И. Г. Переломова***Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова***I. G. Perelomova***P. G. Demidov Yaroslavl State University**E-mail: perelomova@gmail.com**Научная статья**Scientific article*

В статье рассматриваются способы государственного регулирования и стимулирования экономического роста, основанного на экономике знаний. Перечислены некоторые аспекты формирования совокупного спроса на инновационные товары и услуги со стороны государства, а также их влияние на ключевые драйверы экономического развития России на современном этапе.

The research article is dedicated to the state regulation and promotion techniques of economy increase based on knowledge in economy. There were listed several aspects of state aggregate demand formation for innovative goods and services as well as an influence on the main drivers of present economy development in Russia.

Ключевые слова: экономика знаний; экономический рост; факторы инновационного развития; меры государственного регулирования; способы измерения результатов экономической деятельности; государственные расходы

Keywords: knowledge in economy; economy increase; innovative development factors; measures of state regulation; ways of measurement in economy; public expenditures

Внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на экономику России, отодвигают прежние драйверы экономического роста на второй и даже третий план. Это мнение многочисленных экспертов и аналитиков, которое за последние время достаточно часто звучит в научной и популярной литературе, в средствах массовой информации, в рамках научных конференций, обсуждений и круглых столов. Примером могут служить Абалкинские чтения, проведенные Вольным экономическим обществом России в конце прошлого года [1]. Основная задача научного сообщества в настоящее время – это выявление новых факторов экономического роста, поиск путей достижения поставленных целей, разработка способов измерения результатов интенсивного социально-экономического развития, основанного на экономике знаний.

Понятие «экономика знаний» впервые было использовано австро-американским ученым Фрицем Махлупом (1962) в применении к одному из секторов экономики. В современной экономической литературе этот термин, наряду с термином «экономика,

Для цитирования: Переломова И. Г. Меры государственного стимулирования инновационного экономического развития современной России // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 5–10

For citation: Perelomova I. G. The state promotion measures of present innovative economy development in Russia. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 5–10. (in Russ.)

базирующаяся на знаниях», используется для определения типа экономики, в которой знания играют решающую роль, а производство знаний является источником роста. Широко применяемые понятия «инновационная экономика», «высокотехнологическая цивилизация», «общество знаний», «информационное общество» близки понятию «экономика знаний» [2, с. 450].

Этот подход может быть применен к современной российской экономике с некоторой степенью условности. Только отдельные отрасли и предприятия экономической системы используют в производственном процессе инновационные технологии или создают знания сами. Поэтому инновационные процессы охватывают не всю экономическую систему в целом, а лишь некоторые направления экономики России.

Мы будем рассматривать те знания, которые являются составной частью товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью. В реальном секторе экономики инновационными товарами, в основе создания которых лежат знания, уже являются или могут стать в будущем фармацевтические препараты, электроника, компьютерное оборудование, продукция машиностроения, судостроения и тяжелой промышленности, медицинское оборудование, автомобили, установки для бурения или эксплуатации скважин, военная техника, некоторые виды потребительских благ. В сфере услуг знания активно используются в IT-технологиях, телекоммуникациях, образовании, медицине, в финансовом и банковском секторе. В настоящее время создание этих товаров и услуг, коммерциализация научных идей возможны только при использовании комплекса мер экономического регулирования и стимулирования со стороны государства. Другими словами, государство должно активно включиться в процесс производства знаний, с одной стороны, а с другой – стать потребителем и заказчиком инновационных товаров и услуг. При этом основной задачей является достижение интенсивного экономического роста, который можно измерить при помощи научных подходов и статистических методов.

По мнению академика В. Л. Макарова, «измерение знаний – методологически очень тонкая вещь, поскольку знания – это продукт, с одной стороны, частный, который можно присваивать, а с другой – общественный, принадлежащий всем. Поэтому сложились два подхода к измерению знаний: по затратам на их производство и по рыночной стоимости проданных знаний. Затраты включают расходы на исследования и разработки, на высшее образование, на программное обеспечение» [2, с. 450].

В рамках неоклассической теории первый подход можно интерпретировать с помощью функции Кобба-Дугласа. Она представляет собой экономико-математическую модель, выражающую зависимость между объемом выпуска благ и количеством вложенных ресурсов с учетом коэффициентов эластичности по труду и капиталу. Функция имеет следующий аналитический вид:

$$Y = A \times L^\alpha \times K^\beta,$$

где Y – объем выпуска, который можно представить как агрегированный макроэкономический показатель, фактический объем производства за определенный период времени;

L – количества вложенного труда, выраженное в человеко-часах;

K – количество капитала в нормо-часах;

A – технологический коэффициент, выражающий общую факторную производительность;

α – коэффициент эластичности по труду;

β – коэффициент эластичности по капиталу.

Особый интерес здесь представляет технологический коэффициент A , отражающий те изменения в объеме выпускаемых благ, которые не связаны с затратами труда и капитала. Если основные факторы производства материальны, то общая факторная производительность является нематериальным элементом, включающим в себя особенности технологии, новые формы организации производства и знания, и рассматривается как действительный драйвер экономического роста. Следовательно, экономический рост, обеспеченный за счет знаний, можно измерить, отделив количественные факторы от качественных.

В литературе высказываются иные точки зрения. В частности, В. Л. Макаров считает, что более принципиальным в измерении результатов экономики знаний является не процесс производства, а акт купли-продажи. «Знания, по крайней мере, значительная их часть, являются общественным благом. Измерение их ценности, исходя из затрат, дает искаженную картину: затраты государства на науку отнюдь не есть стоимость произведенных знаний. Значит, нужно научиться измерять спрос на знания» [2, с. 451]. Отчасти соглашаясь с мнением академика В. Л. Макарова, отметим, что ВВП можно измерять производственным методом по добавленной стоимости. Таким образом можно измерить влияние экономики знаний на экономический рост через оценку вновь созданной добавленной стоимости, что не противоречит основным макроэкономическим закономерностям равенства совокупных доходов и совокупных расходов.

Наиболее достоверным подходом для измерения инновационной экономики В. Л. Макаров считает измерение рыночной стоимости проданных знаний, так как знания преимущественно являются общественными (публичными) благами. «Для знания как публичного блага акт признания состоит в его использовании в той или иной форме. Степень его использования может быть разной: обращение к нему, запрос; ознакомление с ним; запоминание, способность его воспроизвести и передать другому; наконец, производство нового знания на базе использованного. Акт потребления знания состоит как минимум в осуществлении запроса. Запрос есть проявление интереса, готовность к более детальному "потреблению". Спрос и только спрос определяет, жить или не жить знанию дальше» [2, с. 451].

По нашему мнению, в действительности такой подход, а именно измерение совокупного спроса, является наиболее достоверным в измерении результатов влияния экономики знаний на развитие современной России. В теоретическом ключе он может быть представлен как основное макроэкономическое тождество:

$$Y = C + I + G + X_n,$$

где Y – совокупные доходы всех экономических агентов;

C – личные потребительские расходы домашних хозяйств;

I – валовые инвестиции предпринимательского сектора как расходы на поддержание и развитие производственного процесса;

G – государственные закупки;

X_n (Net export) = $E_x - I_m$ – чистый экспорт, который определяется как разность между экспортом и импортом. Другими словами, чистый экспорт – это сальдо внешнеторгового баланса.

Используя данный подход, предлагаем расширить категорию государственных закупок, включив в нее расходы государства на инновационное развитие страны. Таким образом, кроме затрат государства на создание общественных благ, выделить инновационную составляющую, являющуюся драйвером экономического роста в современных условиях. Тогда составными частями госзакупок являются расходы, направленные на стимулирование экономического роста:

$$G = g_1 + g_2 + g_3 + \dots + g_n,$$

где g_1 – расходы государства на поддержание фундаментальной науки по стратегически важным, с точки зрения экономического роста, направлениям;

g_2 – расходы на осуществление фискальной политики, снижение налоговой нагрузки на предприятия и фирмы;

g_3 – увеличение государственных инвестиций в отрасли IT-технологий;

g_4 – расходы на проведение инвестиционной политики в банковской сфере;

g_5 – расходы на реализацию кредитно-денежной политики;

g_6 – расходы на увеличение сальдо внешнеторгового баланса за счет импорта отечественных товаров и услуг.

Рассмотрим влияние вышеперечисленных направлений государственного регулирования на экономический рост более подробно.

Первое направление осуществляется в тех отраслях национальной экономики, где создается наибольшая добавленная стоимость. Государство контролирует разработку и

последующую реализацию определенных проектов. Возможно создание государственно-частного партнерства и новых организационно-правовых форм бизнеса. Государство, выделяя грант на реализацию научного проекта в сфере электроники, машиностроения, судостроения, информационных технологий, химической и фармацевтической промышленности, одновременно способствует созданию коммерческих предприятий или предприятий с государственным участием разных форм собственности, которые воплощают созданные идеи в товарах, услугах, технологиях. Пример подобного рода организации бизнеса можно уже сейчас найти в хозяйственной практике [3]. Команда ученых регулярно получает гранты от государства на физические исследования. Одновременно работают две коммерческие фирмы, попутно находящие практическое применение фундаментальным научным исследованиям. В фирмах создаются сканеры и другое оборудование для фармацевтической промышленности, геммологии, которое изучает состав определенного объекта и может применяться как потребителями, так и производителями.

В настоящее время существуют разработанные в советское время в академгородках идеи, которые не потеряли своей актуальности, но пока не нашли практического применения. Государство может способствовать созданию организаций (своего рода стартапов (*startup company*)), специализирующихся на коммерциализации и, возможно, последующей продаже идей. Основными институциональными регуляторами при государственно-частном партнерстве такого рода являются налоговые льготы и налоговые каникулы для инновационного бизнеса, доля разработчиков в собственности коммерческих предприятий, банковская поддержка в виде сниженных процентных ставок по кредитам или участия банков в инвестиционной деятельности инновационных фирм.

Партнерство, в основе которого лежит создание и коммерциализация знаний, возможно для бизнеса любого масштаба: малого, среднего и крупного. Однако государственная поддержка на первых этапах формирования экономики знаний должна осуществляться комплексно. Выделение средств на гранты подкрепляется дополнительно сниженными ставками по банковским кредитам для малого бизнеса через систему длительного софинансирования. Для среднего и крупного – предоставляются налоговые каникулы или возможность отложенных налоговых платежей. Тогда станет возможной реализация долгосрочных проектов, особенно важных для развития производственной инфраструктуры и создания кластеров.

Кроме расходов государства на знания, важным фактором экономического роста является формирование благоприятной институциональной среды, создающей стимулы для научного сообщества генерировать идеи, а для бизнеса – обеспечивать их практическое воплощение и применение.

Вторая часть государственной поддержки экономики знаний связана с необходимостью налогового стимулирования инвестиционной деятельности крупного и среднего бизнеса. Здесь необходим комплекс мер фискальной политики, контролирующей эффективность каждого налогового канала и налогового пресса в целом. Основными аспектам государственного регулирования в данном случае являются снижение налога на добавленную стоимость в отраслях с высокой добавленной стоимостью и создание дифференцированных налоговых ставок на прибыль для фирм, осуществляющих чистые инвестиции и собственные разработки. При этом часть налоговой нагрузки переносится на конечное потребление. Фискальная политика затрагивает не только экономическую, но и социальную сферу жизни общества. Поэтому при внесении изменений в уже сформировавшуюся налоговую систему необходимо проводить мониторинг налоговых поступлений и в случае необходимости корректировать ее составные части.

Третье направление связано с увеличением государственных инвестиций в отрасли информационных технологий. 6 декабря 2016 года вступил в силу указ № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» [4]. Доктрина предусматривает меры поддержки российских IT-компаний, а также определяет приоритетные сегменты для стимулирования процесса импортозамещения. Из-за экономических санкций государственные предприятия и учреждения не могут

приобретать иностранные программы и IT-технологии, поэтому существуют предпосылки для прямых государственных инвестиций в информационные технологии. Отечественные компании в настоящее время не готовы выходить на качественно новый уровень в производстве информационных товаров и услуг по причине нехватки мощностей, неразвитой IT-инфраструктуры и коммуникаций.

Благоприятное воздействие на развитие российских компаний оказывают не только внутренние факторы (наличие льгот, государственная политика, поддержка IT-индустрии, накопленный интеллектуальный потенциал, новые образовательные технологии), но и общие тенденции, получившие название четвертой промышленной революции, или индустрии 4.0. Это внедрение во все сферы жизни общества информационных технологий, которые будут координировать и постепенно оцифровывать процессы производства, труда и отдыха, социального взаимодействия, культуры и быта. Предприятие, перешедшее на уровень индустрии 4.0, имеет в своих активах комплексное программное обеспечение, оцифрованные активы, телекоммуникации, интегрирующие эту хозяйственную единицу в федеральные, а может, и мировые процессы. В этих условиях насущной необходимостью становится формирование собственной цифровой среды макроуровня с возможностью дальнейшего развития и интеграции в нее качественно новых технологий, способствующих быстрому и эффективному взаимодействию предприятия с поставщиками и партнерами, налоговой службой, государственными учреждениями контроля и надзора.

С вступлением в силу доктрины информационной безопасности сформировалась благоприятная институциональная среда для инвестиций в отечественные IT-компании. Ранее отечественные производители IT-услуг в основном получали заказы на мировом рынке от иностранных производителей, американских, европейских и китайских. Сейчас необходимо выстраивание национальной стратегии по созданию отраслевых и межотраслевых информационных платформ. Таким образом увеличится эффективность инвестиций, снизятся транзакционные издержки, что сделает этот сектор привлекательным для инвесторов и предпринимателей.

В-четвертых, инвестиционная политика в банковской сфере. В развитых странах доля банковского капитала среди всех инвестиций составляет 30-40 %, в развивающихся – 15-20 %, в России – 5,9 %. По мнению заместителя директора Института народнохозяйственного прогнозирования, доктора экономических наук, профессора А.А. Широва, никогда в истории России еще не было ситуации, при которой ставки по кредитам для большинства секторов экономики с учетом их рентабельности были бы так высоки, а вложения в депозиты были бы так выгодны [2].

Пятое направление инновационной государственной политики связано с взаимодействием правительства и Центрального банка. Центральный банк как кредитно-финансовый институт первого уровня может кредитовать коммерческие банки под инвестиционные проекты, проводимые по приоритетным направлениям. Это, в первую очередь, отрасли национальной экономики промышленного сектора с высокой добавленной стоимостью, перспективные сегменты национальной экономики, в основе формирования которых лежат наукоемкие и IT-технологии. Особое внимание следует уделить отраслям, осуществляющим экспортную деятельность и проводящим импортозамещение. Центральный банк может вводить дифференцированные кредитные ставки и предоставлять коммерческим банкам возможность дальнейшей диверсификации кредитов с целью снижения кредитного риска.

В-шестых, государство затрачивает средства на создание благоприятных факторов для привлечения иностранных потребителей в сфере инновационных товаров и услуг. Данная мера позволит увеличить сальдо внешнеторгового баланса за счет импорта отечественных услуг. Перспективным направлением, с точки зрения экономики знаний, может стать экспорт образовательных, медицинских и информационных услуг, обучение иностранных специалистов в России с использованием новых технологий, программ, удаленного доступа. Отчасти такая деятельность ведется уже сейчас, но она не имеет масштаба, необходимого для обеспечения одного из направлений экономического роста, драйвером которого станет импорт услуг. Создание новейшего оборудования для ранней диагностики заболеваний и создания лекарственных средств нового поколения,

предоставление постоянно обновляемых информационных технологий – эти направления вполне могут развиваться за счет накопленного внутреннего потенциала.

Таким образом, новое экономическое развитие современной России может обеспечиваться за счет экономики знаний. Она предполагает развитие инноваций в разных отраслях, сферах и сегментах современной экономической деятельности. Влияние экономики знаний на экономический рост, на наш взгляд, может быть измерено производственным методом (произведенный ВВП) и путем измерения совокупного спроса (использованный ВВП). В первом случае оценивается добавленная стоимость, созданная в стратегически важных отраслях. Во втором – спрос на знания всех секторов экономики. При этом особое внимание должно уделяться государственному сектору, предъявляющему спрос на знания, входящие в состав общественных благ. Спрос государства, который измеряется через государственные закупки, представляет собой составную часть продуманной государственной политики, направленной на создание драйверов экономического роста. Государство финансирует различные направления социально-экономического развития. Эти направления тесным образом взаимосвязаны. Сочетание продуманной бюджетной, инвестиционной и финансовой политики может давать синергетический эффект в экономическом развитии страны или, наоборот, в случае неслаженных действий правительства и Центрального банка, «гасить», сдерживать инновационную и инвестиционную активность экономических субъектов.

Ссылки / Reference

- [1] Материалы круглого стола на тему «От кризиса к росту», проводимого Вольным экономическим обществом. URL: <http://www.veorus.ru/события/хроника-мероприятий/abalkinskie-chteniya-na-temu-ot-krizisa-k-rostu/> (Дата обращения: 05.02.2017.).
- [2] Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник Российской академии наук. 2003. № 5. т.73. С. 450-456.
- [3] Механик А. У меня задачи выйти нет / И. В. Кукушкин; интервью вел А. Механик // Эксперт. 2012. № 42. С. 80-84.
- [4] Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. N 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41460> (дата обращения 10.01.2017 г.).

УДК 339.722

Перспективы развития мирового
рынка золота как
инвестиционного инструмента и
резервного актива

В. Н. Иванова*Институт социологии Российской академии наук**E-mail: vn_ivanova@mail.ru**Научная статья*

Статья посвящена анализу активизирующейся в последнее время динамики мирового рынка золота в свете тенденций реформирования мировой финансовой архитектуры. Приведены величины распределения и динамики пополнения запасов золота центральными банками экономически наиболее дееспособных стран. Представлены возможные направления развития в мире и, в частности, в России как собственно золотодобычи, так и финансовых инструментов резервного и инвестиционного характера на основе золота.

Ключевые слова: рынок золото; монеты; слитки; товар; деньги; цена; золотое обращение; резервные фонды; золотой стандарт; валютная система; девизная валюта; золотодобывающая промышленность; рентабельность; экономический рост

Благодарности: Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ. Проект «Рейтингономика как механизм перестройки и развития глобальной финансовой архитектуры» № 14-02-00046 «а».

Prospects of Development
of the World Gold's Market as
an Investment Tool and a Reserve
Asset

V. N. Ivanova*Institute of Sociology of the Russian Academy
of Sciences**Scientific article*

The article is devoted to the analysis of dynamics of the world market of gold which is becoming more active recently in the light of tendencies of reforming of the world financial architecture. Sizes of distribution and dynamics of replenishment of reserves of gold by the central banks economically of the most capable countries are specified. The possible directions of development in the world, and in particular in Russia, as actually gold mining, and financial instruments of reserve and investment character on the basis of gold are presented.

Keywords: gold's market; coins; ingots; goods; money; price; gold address; reserve funds; gold standard; currency system; exchange currency; gold mining; profitability; economic growth

*Только золото «вечно».*¹
проф. А. В. Аникин

История развития валютных и денежно-кредитных отношений убедительно свидетельствует о том, что золото с самого начала своего появления и до настоящего момента играет в них важную роль, выступая в трех формах: как товар, как финансовый актив, как деньги. Существовавшие ранее международные валютные соглашения за основу принимали золотой стандарт, т. е. систему валютных отношений, при которой каждая страна выражала стоимость своей валюты в определенном количестве золота, а

Для цитирования: Иванова В. Н. Перспективы развития мирового рынка золота как инвестиционного инструмента и резервного актива // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 11–23

For citation: Ivanova V. N. Prospects of Development of the World Gold's Market as an Investment Tool and a Reserve Asset. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 11–23. (in Russ.)

© Иванова В. Н., 2017

¹ Аникин А. В. Золото: международный экономический аспект. М.: Международные отношения, 1988.

центральные банки или правительства обязаны были покупать и продавать золото по фиксированной цене [1]. Многие экономисты считают, что золотой стандарт, господствовавший в период с 19-го до начала 20-го века, имел ряд неоспоримых преимуществ, главное из которых состояло в обеспечении стабильности как во внутренней, так и во внешней экономической политике. Транснациональные потоки золота стабилизировали обменные валютные курсы и создавали тем самым благоприятные условия для роста и развития международной торговли. В то же самое время стабильный обменный валютный курс, слабо подверженный вероятностным колебаниям, вызванным к жизни обширным комплексом причин, обеспечивает стабильность уровня цен во внутренней экономической системе. Какая-либо страна, ввергнутая в инфляционные процессы, вскоре испытывала отток золота, что вело к сокращению обращающейся внутри страны денежной массы, игравшему в этот период позитивную роль в рассматриваемой экономической системе. Если в экономике какой-либо страны имеют место дефляционные процессы, то приток золота и последующее расширение денежной массы стабилизируют уровень цен [2].

Однако золотой стандарт имел и некоторые недостатки. Он установил зависимость денежной массы, обращающейся в мировой экономике, от добычи и производства золота. В этих условиях открытие новых месторождений золота и увеличение его добычи приводило к транснациональной инфляции. Наоборот, если производство золота отставало от роста реального объема производства, наблюдалось всеобщее снижение уровня цен. Более неблагоприятным явилось то обстоятельство, что в условиях господства золотого стандарта оказалось невозможным проведение независимой денежно-кредитной политики, направленной на решение внутренних проблем конкретных экономических систем.

После Первой мировой войны попытки восстановить золотой стандарт не увенчались продолжительным успехом. После того, как международная валютная система перенесла во время Великой депрессии и Второй мировой войны ряд жестких испытаний, настало время использовать другие основы, обеспечивающие ее функционирование. Так, при золотодевизном стандарте национальные банкноты обменивались на валюты других стран, а те, в свою очередь, могли быть обменены на золото. В качестве девизной валюты выступали, прежде всего, франк, фунт и доллар. Таким образом, при золотодевизном стандарте конверсия валют в золото стала осуществляться в США, Франции и Англии [3].

Устройство современной международной валютной системы было официально оговорено на конференции Международного валютного фонда (МВФ) в Кингстоне (Ямайка) в январе 1976 г. Основой этой системы являются плавающие обменные курсы и многовалютный стандарт. Переход к гибким обменным курсам предполагал достижение трех основных целей: выравнивание темпов инфляции в различных странах; уравнивание платежных балансов; расширение возможностей для проведения независимой внутренней денежной политики отдельными центральными банками. Одной из характеристик действующей на сегодня Ямайской валютной системы является отмена монетного паритета золота. Теперь каждая страна вправе сама выбирать режим валютного курса, но ей *запрещено выразить его через золото*. Эволюция валютных систем, таким образом, началась с обязательной привязки курсов валют к золоту, а окончилась запретом именно такой привязки в любых ее формах. Этот исторический парадокс, с одной стороны, соответствует законам диалектики развития, а с другой – наводит на мысль, что роль золота *еще долго будет оставаться значимой в экономике всех стран*, особенно с учетом специфики продолжающегося мирового системного кризиса [4]. По мнению автора, набирающая силу общемировая тенденция по формированию нового облика лидирующих в политических процессах стран с активизацией их собственных национальных составляющих вместо господствующей на сегодня составляющей транснациональной неизбежно будет способствовать реформированию мировой финансовой архитектуры, возможно, в частности, в направлении активизации роли золота. Ниже на основе анализа различных форм использования золота в мировой экономике в настоящее время попытаемся обосновать этот тезис.

Тенденции расширения оборота золота в мире

За последние два десятилетия XX в. спрос на золото в ведущих странах вырос примерно на 50 %, тогда как в развивающихся странах этот показатель исчисляется сотнями процентов. Таким образом, на долю стран третьего мира приходится сегодня почти две трети мирового спроса на физический металл. Причину географических сдвигов в потреблении золота следует искать в изменившейся структуре потребления металла. Раньше на первый план выходила функция золота как финансового актива, что, в свою очередь, обеспечивало металлу значительный спрос со стороны профессиональных инвесторов, концентрировавшихся в промышленно развитых странах. Со временем инвестиционный спрос на золото уменьшился. Сейчас большая часть металла используется в различных отраслях промышленности. Золото как товар, удовлетворяющий специфические потребности покупателя и владельца, теперь находит применение в следующих основных сферах.

Первая сфера – ювелирное дело. Согласно данным Всемирного совета по золоту, спрос на ювелирные украшения из золота исчисляется внушительной цифрой в 3 тыс. тонн ежегодно. В действительности же до 80 % ювелирных золотых изделий, производимых за год, находит сбыт в странах Ближнего и Дальнего Востока, жители которых видят в них то же, что и жители Запада в золотых монетах, то есть деньги.

Вторая сфера – использование золота в промышленности, науке, медицине, быту в качестве исходного сырьевого материала с уникальными физическими параметрами благородного металла, особенно в новейших технологических процессах. Однако при темпах потребления 50 тонн в год спрос, предъявляемый промышленностью, пока еще не является значимой частью истории золота.

Третья сфера – накопление золота различными слоями частных владельцев, которые видят в золотых слитках и монетах удобный объект материализации ценности. Денежное прошлое золота обуславливает его приобретение как финансового актива с целью сохранения вкладываемых денежных капиталов и сбережений от риска инфляционного обесценения и других возможных потерь.

Что касается четвертой сферы – накопления золота в государственных резервах, – то в настоящее время роль и значение этой некогда важнейшей сферы отошли на второй план. В результате упразднения золота как мирового валютного эталона государственные золотые запасы, которые раньше предназначались для регулирования международных расчетов, теперь для этой цели больше не используются. Золото в государственных хранилищах может рассматриваться в качестве резервных фондов сравнительно легко реализуемого товара, хотя ведущие промышленные страны в свое время отказались от их пополнения и до сих пор держат свои официальные золотые накопления в «замороженном» состоянии. В итоге практически весь металл, поступающий на рынок из новой добычи и других источников, ныне минует государственную сферу, оседая в той или иной форме в частном владении [5].

Перспективы расширения зон использования золота в международной финансовой сфере

В условиях всеобщей неопределенности, когда склонность инвесторов к риску минимальна, участники рынков ищут новые «активы-убежища» для своих вложений. С большой долей уверенности можно говорить о том, что в ближайшие годы золотой металл останется одним из самых надежных и привлекательных объектов инвестирования для сохранения средств от возможных крупных инфляционных и других рисков (в особенности в экономике США). При этом держатели золотых активов всё с меньшим желанием будут расставаться с имеющимся у них металлом.

Оценивая складывающуюся на мировых финансовых рынках ситуацию, нужно отметить такую перспективу, как возврат мировой экономики к золоту как единой мере стоимости. Это обусловлено тем, что продолжающийся кризис экономики США может вызвать резкое, но управляемое падение доллара. В рамках такого сценария доллар может остаться мировой валютой (хотя, разумеется, и не единой мерой стоимости - ЕМС), однако, скорее всего, мировая экономика сразу перейдет к системе валютных зон.

Сохранение своей валюты в качестве мировой расчетной единицы для США возможно только в том случае, если после однократной девальвации дальнейшее падение доллара станет доказательно невозможным, например, в случае привязки его к золоту. При этом необходимо учесть, что такая привязка означает конец использования концепции финансового капитализма в той его части, в которой основной объем активов составляют не материальные ценности, а финансовые: ценные бумаги и деривативы. Возврат золота к роли ЕМС неминуемо ликвидирует финансовые рынки в их сегодняшнем масштабе и объеме: золота просто не хватит. Фактически это означает, что мировая экономика станет значительно более «материальной». Таков один из возможных вариантов развития мировой экономики с учетом сегодняшних предпосылок, однако золото, несмотря на свою многовековую историю и роль в экономике, имеет возможность снова стать мерилем стоимости.

Практика «новых индустриальных драконов» и многих стран-членов ОПЕК показывает: стабильность национальной валюты может обеспечиваться товаром, который был и остается интернациональным мерилем ценности – золотом. США в конце 1960-х - начале 1970-х гг. оказали массивное давление на международные торговые и финансовые организации, чтобы де-факто принудить субъектов международной торговли и мирового финансового рынка принимать в качестве оплаты исключительно американские доллары. Это при том, что вот уже 30 лет данная валюта испытывает растущее инфляционное давление [6].

Подлинно национальный банк должен на время укрепления национальной валюты и привязки ее к золоту учредить жесткий контроль за обменом инвалют и, к примеру, на первом этапе ограничить использование американского доллара. Вместе с тем в качестве компенсации держателям кредитно-инвестиционных долларов можно менять их по льготному для этих держателей курсу. Такой политике следовали после 1945 г. Италия и Франция, Тайвань и Южная Корея, Ирак и Иран, КНР и Алжир, Ливия и ЮАР, Малайзия и Бруней, Румыния и Камбоджа, Австрия и Бирма. Так что успешные прецеденты в мировой истории были. Правда, они не вписывались в политику МВФ.

Путем жесткой привязки национальной валюты к доллару США, как это было проделано Дж. Саксом в Боливии и Перу, сориентированная на экспорт сырьевая экономика попадает в долговременную неокOLONиальную зависимость от того же сырьевого экспорта, точнее – от долларово-ценовых манипуляций на мировом сырьевом рынке.

Что касается кредитования производства при «недолларовой» системе, то, как показывает опыт многих западных и других стран (скандинавских, Австралии, Новой Зеландии, ЮАР, государств бассейна Персидского залива), смешанная, притом прозрачная государственно-частная система финансирования экономики с развитой вексельно-аккредитивной сетью форм позволяет национальному банку, по сути, управлять экономическим развитием и своевременно устранять межрегиональные или межотраслевые диспропорции. Такая система, в свою очередь, должна жестко регулировать (и контролировать) фактическое распределение прибыли предприятий всех форм собственности: задача этого сектора - обеспечивать не отток денег в оффшоры, а их работу на модернизацию национальной экономики.

Но, чтобы избежать зависимости от основных валют, борющихся с долларом, а потому подверженных операциям МВФ-США по дестабилизации валют-конкурентов, такая система должна иметь смешанную «начинку», включающую часть стоимости всего торгового объема в золотом выражении, которая может дополняться определенным количеством стабильной «недолларовой» валюты. Это обеспечит запас прочности, столь необходимый для постепенной отвязки от долларовых цен и «критериев» как во внутренней экономике, так и во внешней торговле, ориентируемой на экспорт не сырья, а технологий [7]. Отметим, что подобная система как раз и может составлять основу будущей финансовой архитектуры при неизбежном участии в ней золота.

Современная практика использования золота в национальных и международных золотовалютных резервах

При использовании золота (или его части) в качестве метода воздействия на экономику страны предлагается принять во внимание три его фундаментальных рыночных свойства.

Первое фундаментальное свойство золота заключается в том, что движение экономического цикла в золотодобывающей промышленности осуществляется в направлении, противоположном направлению развития экономики. За счет этого золото в периоды падения валютных курсов становится альтернативой вложений в мировую валюту и используется населением в качестве средства тезаврации, а на финансовых рынках в качестве хеджирующего актива. Вызываемое этими процессами подорожание золота является зеркальным отражением изменения ситуации на мировом валютном рынке, характеризующейся падением курса базовых валют.

Второе фундаментальное рыночное свойство золота состоит в том, что при наличии устойчивого тренда роста цены золота в долгосрочной перспективе на мировых финансовых рынках существует тенденция снижения стоимости фондовых ценностей.

Третье свойство золота – его экономическая двойственность по параметру «собственность-функция». Золото как базовый товарный актив собственника может обеспечить функции финансового инструмента, выпускаемого по схеме секьюритизации с номиналом в цене золота (фиксинге). Собственник золота может передать этот инструмент оператору финансового рынка на условиях доверительного управления или лизинга. В их отношениях определится баланс интересов, заключающийся в том, что передача собственником (бенефициаром) другому лицу (бенефициарию) инструмента вызовет возникновение между ними хозяйственных отношений, количественная величина которых будет определяться суммой средств в стоимостной (денежной) оценке золота, по поводу которых возникли и существуют эти отношения. Особенность рыночного обращения финансового инструмента будет заключаться в том, что из-за наличия у золота первых двух свойств его рентабельность сможет превысить рентабельность аналогичного инструмента, обращающегося на том же рынке, но обеспеченного деньгами, например, долларами.

В связи с тем, что золото не амортизируется, данный инструмент может быть коммерциализирован многократно, что со временем увеличит его позитивный вклад в доходность финансового рынка, собираемость налогов и рост экономики. Этому будет способствовать также своевременное «переключение» стоимости инструмента с цены фиксинга в случае ее падения ниже торгово-взвешенного курса доллара на этот курс, что позволит нивелировать «провалы» кривой роста экономики. Благодаря этому золото опосредованно, через обеспеченный им финансовый инструмент, займет свое место среди финансовых инструментов, используемых денежными властями на мировых финансовых рынках для достижения целей экономического роста. Если принять во внимание тот факт, что золото является в мировом экономическом обороте и деньгами, и товаром, и обеспечением при кредитовании, то возникает возможность выделения трех каналов воздействия мирового рынка золота на национальную экономику: денежного, кредитного и биржевого.

Денежный канал. Присутствие золота в этом канале реализуется посредством создания системы цифровых денег, номинированных и обеспеченных золотом. Под этими деньгами понимаются счетные единицы установленного номинала, которые движутся анонимно путем передачи числовых данных от одного компьютера к другому подобно реальным наличным деньгам. За счет наличия хранилища данных и средств авторизации эти деньги могут использоваться многократно по всему миру. Перевод средств с одного счета на другой осуществляется путем обмена инструкциями. Отметим, что в настоящее время уже существуют четыре устойчиво работающих системы цифрового золота: E-gold, DigiGold, GoldMoney и E-dinar, обороты по счетам которых составляют миллиарды долларов.

Кредитный канал. Хранилище, приняв на хранение золото, выдает его собственнику свои ценные бумаги – двойные складские свидетельства (ДСС). Далее ДСС могут быть

переданы в коммерческий банк в виде залога под кредит, направляемый на воспроизводство ликвидной экспортной продукции, иные высокодоходные инвестиционные и венчурные проекты, в которых владелец ДСС будет являться бенефициаром или партнером по бизнесу [6].

Кроме традиционного кредитования под залог указанных ДСС, собственник золота может при помощи зарубежного банка оформить выпуск финансовых инструментов, называемых кредитными нотами. При этом заемщик берет кредит в банке под залог ДСС, параметры кредита совпадают с параметрами нот. Банк при помощи своей фидуциарной инфраструктуры организует членение данного кредита на более мелкие суммы (от 10 до 100 тыс. долл.) – кредитные ноты, оформляемые как процентные долговые обязательства. Затем эти ноты регистрируются для обращения в международной клиринговой системе (например, EuroClear) и продаются инвесторам. Полученные деньги передаются заемщику для погашения кредита или для финансирования его бизнеса [8].

Биржевой канал. Система использования золота как финансового инструмента этого канала может быть как минимум четырехуровневой.

На первом уровне это могут быть ДСС, депозитные сертификаты (ДС), страховые полисы, банковские гарантии (БГ).

На втором уровне могут использоваться кредитные деривативы, хеджирующие кредитные риски, как то: дефолтовый своп в виде форвардного контракта с использованием условий «залога товара в обороте», перекредитование под залог ДСС, осуществление сделок РЕПО с ДСС, лизинг ДСС, своп по обязательствам, а также передача долгов банка в доверительное управление, выпуск собственных векселей с привязкой к графику возврата золотых кредитов или платежам за реализацию ДСС, своп в целях повышения надежности кредита.

На третьем уровне могут быть предложены производные инструменты, хеджирующие процентные риски (процентные кэпы, флоры, коллары и свопы с привязкой к лондонскому фиксингу), валютные риски (валютные фьючерсы и опционы), риски ликвидности (ликвидация спреда между ценами покупки и продажи базового актива и золотых варрантов на вторичном рынке за счет привлечения межбанковских кредитов под залог золотых варрантов, в том числе с использованием опционов на продажу и секьюритизации пулов золотых варрантов), риски реинвестирования (конверсионный арбитраж, заключающийся в том, что пул долгосрочных инструментов – кредитных договоров – используется для выпуска серий облигаций банка с разными купонными ставками, сроками погашения и сроками амортизации) [9].

На четвертом уровне могут быть предложены беспоставочные финансовые инструменты типа индексов на проценты (на фиксинг золота, на котировки ДСС и др. производных инструментов из состава вышеперечисленных).

Однако очевидно, что воздействовать на национальную экономику только за счет того, что золото и обеспеченные им финансовые инструменты «пассивно» пополнят инструментарий финансового рынка страны, проблематично. Для регулирования процессов коммерциализации золота и обеспеченных им финансовых инструментов необходимо использовать условия и критерии заранее выбранной денежно-кредитной политики развития рынка в целях экономического роста. Наиболее простым вариантом действий государства могут стать меры по стимулированию экспорта золота, приводящего к непосредственному росту таможенных и налоговых поступлений в федеральный бюджет и местные бюджеты.

Перспективы рынка золота в России

Объемы поступления золота зависят от уровня развития золотодобывающей промышленности, а тот, в свою очередь, – от состояния ее минерально-сырьевой базы. В интегрированном виде конъюнктура выражается в цене золота, на которую, помимо вышеперечисленных факторов, влияют экономическая и политическая ситуация как в конкретной, производящей драгоценные металлы или потребляющей их в значительных количествах стране, так и в мире в целом. В частности, цена золота напрямую или

опосредованно зависит от состояния рынка энергетических ресурсов и курса основных мировых валют. К числу показателей, оказывающих влияние на конъюнктуру золотого рынка, также относятся распределение запасов золота, степень либерализации экономики и влияния на нее государства, возможность выхода производителей золота на мировой рынок драгоценных металлов, методы решения возникающих нормативно-правовых проблем.

Важнейшим фактором для успешного развития этого рынка признано более активное участие государства. Совершенствование функциональной и организационной структуры рынка золота в современной России с учетом определения конкретной роли государства возможно в результате использования золота государством в качестве резервного актива и оптимизации формирующейся системы обращения драгоценного металла как инвестиционного инструмента, о чем свидетельствует мировой опыт в области обращения золота. Такой подход позволит стимулировать спрос на золото и обеспечить минимально гарантированный объем добычи для пополнения официальных резервов, а увеличение государственного золотого запаса, в свою очередь, необходимо для укрепления рубля и обеспечения ликвидности официальных резервов. Твердая и четко выраженная позиция государства по отношению к золотому запасу позволила бы укрепить доверие населения не только к обеспечиваемому им рублю, но и к отечественным инвестиционным товарам (монетам и слиткам) аналогично тому, как это происходит в США и других развитых странах мира.

Наконец, общее увеличение спроса на золото стало бы определенной гарантией долгосрочного развития сферы производства драгоценного металла. Только в этих условиях возможно реальное привлечение иностранных инвестиций в золотодобычу и обеспечение равноправных отношений с зарубежными партнерами. Экономические и правовые условия золотодобычи должны стимулировать реализацию потенциала всех типов месторождений. Государственное регулирование развития отрасли должно стать более гибким и оперативным. Прежде всего необходимо разработать комплекс мер, стимулирующих поисковую и геологоразведочную деятельность. К последней необходимо активно привлекать частные инвестиции. Крайне важна своевременная реализация федеральных программ прогнозно-поисковых и геологоразведочных работ. Необходимо предусмотреть меры, в том числе налоговые (например, налог на добычу полезных ископаемых составляет для золотодобытчиков в России 6 %, а в среднем в мире лишь 3 %), по стимулированию участия добывающих компаний в развитии инфраструктур осваиваемых сырьевых регионов.

Использование передового мирового опыта в области обращения золота, безусловно, возможно в России, но для этого государство должно взять на себя инициативу по стимулированию спроса на драгоценный металл и созданию материальной основы для долгосрочного развития отечественного рынка золота. Золото сейчас в дефиците: национальные центральные банки в последние годы активно распродавали свои золотые запасы, а производство многих зарубежных золотодобывающих компаний ежегодно падает на 3-5 % во многих странах-производителях, в отличие от России. Все это открывает перед российской золотодобывающей отраслью благоприятные перспективы, позволяет ожидать как роста объема производства драгоценных металлов, так и расширения внутреннего потребления, прежде всего в ювелирной промышленности. Продолжится, по-видимому, и консолидация золотодобывающих предприятий, что позволит снизить производственные издержки и уменьшить себестоимость золота в целом по стране.

После 1917 г. российский рынок золота стал функционировать только для операций государства. Данное обстоятельство существенно ограничило возможности иностранных частных инвесторов. А для российских инвесторов этот рынок существовал только в форме рынка ювелирных изделий. И только с начала 1990-х гг. в России стала развиваться система торговли золотом. С выходом в апреле 1998 г. Федерального закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» определилась законодательная основа развития рынка драгметаллов и его регулирования государством. В течение последних лет Гохран России, коммерческие банки, Ассоциация российских банков, а также Центробанк России формировали взаимоприемлемые финансовые схемы кредитования

добычи золота, его производства и торговли. В результате уже в 1998 г. более 35 коммерческих банков авансировали добычу и производство около 80 т золота. При этом форвардные сделки осуществлялись без гарантий третьих лиц, но при условии их обязательной регистрации в Гохране. В настоящее время главная проблема российского рынка драгоценных металлов состоит в низком объеме внутреннего потребления золота в России (около 30 т) при активном наращивании объемов производства и быстро растущей покупательной способности институциональных и частных инвесторов. Добытый драгоценный металл, не находя применения на внутреннем рынке, продается за рубеж [10].

Важнейшим достижением в области становления рынка золота в России стала отмена в 1997 г. государственного регулирования цен на этот металл. Но в 1998 г. конъюнктура на мировом рынке начала ухудшаться, и интерес к этому активу заметно снизился. Такая ситуация в принципе противоречила указанному выше первому фундаментальному рыночному свойству золота, но, видимо, не бывает правил без исключений. В результате российские старатели оказались на грани разорения: негативные последствия отказа государства от принципа целевого финансирования золотодобычи стали особенно очевидны после августа 1998 г., когда спрос на золото со стороны коммерческих банков и ювелирной промышленности резко упал. Единственное, что все эти годы поддерживало золотодобывающую отрасль, – это постоянная девальвация рубля к доллару, которая сохраняла некоторый уровень положительной разницы между ценой золота на мировом рынке и себестоимостью его добычи в России.

Таким образом, необходимо в самые сжатые сроки предпринять меры по сохранению национальной золотодобычи. Оптимальным решением этой задачи является восстановление роли государства как основного заказчика и покупателя металла у старателей. В результате рост частного инвестиционного спроса на золото мог бы способствовать постепенному снижению доли иностранной валюты в сбережениях населения. Отсутствие четкого экономического и политического интереса государства в наращивании официальных закупок золота до сих пор является главным препятствием на пути расширения участия российского государства в развитии этой отрасли. Поэтому сегодня государству важно принять тот факт, что средства, вложенные в пополнение золотого запаса, окупаются сразу по нескольким направлениям: укрепление экономической безопасности России как одного из государств-должников (при возникновении острой кризисной ситуации), рост доверия к рублю внутри страны и за ее пределами, возможность создания собственных инвестиционных альтернатив по отношению к иностранным активам, оптимизация государственных резервов с точки зрения соотношения «доходность-риск» и т. д. Параллельно необходимо пересмотреть сложившуюся систему налогообложения сделок с золотом, чтобы стимулировать инвестиционный спрос на этот актив со стороны населения. Наиболее подходящими для этого средствами на первом этапе представляются отечественные золотые мерные слитки и монеты, система производства которых уже достаточно развита.

Следующим логическим шагом должно было стать создание в России специализированной биржи золота. Конкуренция между биржевым и внебиржевым рынком будет способствовать совершенствованию и дальнейшему развитию рынка золота в России. Однако очевидно, что воздействовать на национальную экономику только за счет финансовых инструментов, обеспеченных золотом, проблематично. Без предварительной реализации мер по стимулированию спроса и развитию добычи золота организация биржевой торговли этим металлом и внедрение бумажных золотых инструментов в сегодняшней России могут оказаться неудачными. Иными словами, возможности для эффективного использования в России мирового опыта в области обращения золота, безусловно, существуют. Но для этого государство должно сегодня сначала взять на себя инициативу по воспроизводству и развитию минерально-сырьевой базы, стимулированию спроса на металл и созданию материальной основы для долгосрочного развития отечественного рынка золота. В современном мире хорошо известны примеры эффективного решения такой задачи, поэтому вероятность успешной реализации аналогичных мер в России автор считает достаточно высокой. Вопросы конкуренции будущей российской биржи золота с Лондонской аналогичной биржей

следует рассматривать как неизбежный, хоть и достаточно высокий барьер входа на мировой рынок золота. Успех в этом начинании нашего государства может прийти не скоро. Но осваивать этот рынок надо, как бы это ни было трудно и длительно, поскольку, как мы отмечали выше, роль золота будет заметно и постоянно возрастать как в России, так и в мире. И эту тенденцию, думается, пропустить было бы непростительно. Тем более что, поскольку торговля России золотом на мировом рынке (в основном в Лондоне) не попала под санкции, то это означает перспективность и самого золота как товара, и России как его производителя и продавца.

Золотовалютные резервы в России

Вышеизложенный материал свидетельствует о необходимости для России активно стимулировать наращивание инвестиционных инструментов на основе золота. Попытаемся теперь показать, что у России есть для этого и возможности, что следует из изложенного ниже опыта ЦБ РФ по наращиванию золотовалютных резервов, благоприятной ценовой ситуации, а также в уже имеющихся абсолютных объемах у него того самого золота.

Международные резервы России представляют собой высоколиквидные иностранные активы, имеющиеся в распоряжении Банка России и правительства. Эти запасы состоят из монетарного золота, специальных прав заимствования (СДР), резервной позиции в МВФ и средств в иностранной валюте. В январе 2013 года, по сообщению тогдашнего первого зампреда Центробанка Улюкаева, валютная структура международных резервов России была следующей: 46 % - доллары США, 40,5 % - евро, около 9 % - фунты стерлингов, 3 % - канадский доллар, 2 % - австралийский доллар (цифры округленные). Валютная часть резервов размещается на депозитах крупнейших зарубежных банков и в долговых бумагах, почти исключительно казначейских [11].

За 2014 год международные резервы России уменьшились на 124,1 миллиарда долларов – до 385,4 миллиарда долларов. В последний раз примерно на этом уровне они были в марте кризисного 2009 года. В результате такого сокращения наша страна в рейтинге крупнейших обладателей резервов опустилась с пятой на седьмую позицию, пропустив вперед США и Тайвань. Однако на фоне сокращения валютной составляющей международных активов России доля золота в них, напротив, достигла очередного исторического максимума. При этом физический объем золота в международных резервах в последние годы неуклонно растет. Для сравнения: на 1 января 2007 года запасы золота в ЦБ составляли всего 402 тонны. Запасы золота в международных резервах страны выросли в 2014 году на 16,5 процента, с 1036 до 1,207 тыс. тонн. Всего за 2014 год ЦБ закупил около 171 тонны. По данным с ЦБ, с начала 2015 года запасы золота выросли с 38,8 млн чистых тройских унций до 43,5 млн. Таким образом, с начала 2015 года Россия закупила 4,7 млн тройских унций золота, или 146,1 тонны. В августе Россия купила 29,6 тонны золота, в июле 13,1 тонны, в июне 24 тонны [12].

За третий квартал 2015 года Россия купила желтого металла, согласно Всемирному совету по золоту, больше, чем все остальные страны мира. Такая политика уменьшает главным образом зависимость финансового российского рынка от иностранной валюты, в большей степени от доллара, говорят эксперты. В ЦБ комментируют, что оборот золота на внутреннем рынке может использоваться Банком России в качестве дополнительного инструмента регулирования рублевой ликвидности банковского сектора. Цена тройской унции золота в начале 2015 года составляла более 1,2 тыс. долларов. В конце июля - августе цена опускалась ниже 1,1 тыс. долларов. Аналитики прогнозируют ее дальнейшую волатильность. По их мнению, в ближайшее время золоту сложно будет вернуться к ценам выше 1,2 тыс. долларов за тройскую унцию. Рублевые цены на золото, рассчитываемые ежедневно Центробанком, с начала года также снизились с 2,8 тыс. до 2,3 тыс. рублей за грамм. Поэтому, скупая золото в России, Центробанк не только поддерживает отечественных золотопромышленников, но и пользуется возможностью пополнить золотые запасы на подешевевшие рубли. Мировым лидером по объемам золотого запаса являются США. На данный момент страна обладает 8,1 тыс. тонн золота,

это 72,6 % валютного резерва США. Начиная с 2005 года, эта величина практически неизменна. На втором месте – Германия с 3,3 тыс. тонн, что составляет 67,8 % от всего валютного резерва этой страны. Третья в этом списке – Италия с 2,4 тыс. тонн золота (66,6 % от всех валютных резервов).

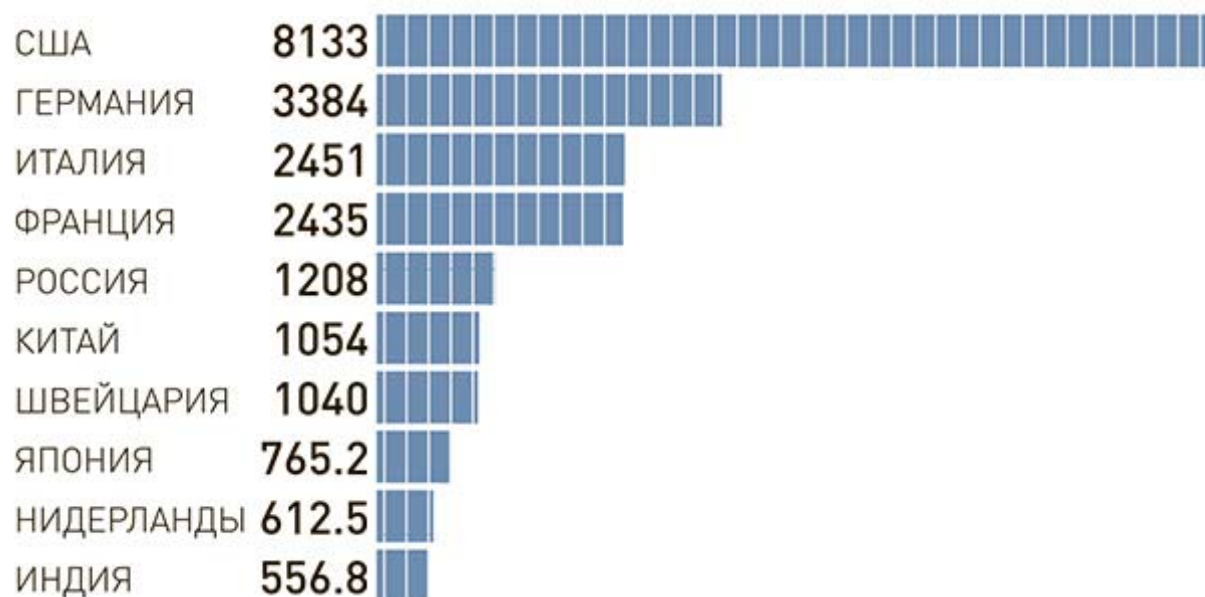


Рисунок 1. Топ-10 стран с самым большим золотым запасом, тонн
(источник: ЦБ РФ)

Соотношение стран на начало 2015 года

По темпам накапливания золота лидирует Китай – за последние пять лет его запасы выросли на 57 % с 1 тыс. тонн до 1,6 тыс. тонн. Китай является одним из основных покупателей. Ранее эксперты говорили, что китайские резервы золота гораздо больше, так как все последние годы страна скупала большие объёмы драгметалла по всему миру. Хотя на рынке остались подозрения, что Китай ведет игру на понижение для скупки золота в большом количестве. Но проблемы с юанем и фондовым рынком скорректировали стратегию Пекина.

В целом эксперты отмечают, что тренд на скупку золота является сегодня в достаточной мере глобальным, хотя касается, в первую очередь, развивающихся стран. Начиная с 2009 года, серьезно наращивали золотые накопления Турция (со 116 до 504 тонн), Мексика (с 7 до 122 тонн) и Казахстан (с 67 до 205 тонн). Основания для этого у каждой страны свои, например, Китаю надо диверсифицировать свои резервы. Россия же активно покупает золото сразу по нескольким причинам. Во-первых, ЦБ должен поддерживать отечественную золотодобывающую промышленность. Во-вторых, приходится держать в голове вариант усиления западных санкций против России и заморозки активов. Кроме того, российским золотопромышленникам из-за санкций тяжело реализовывать свой продукт на внешних рынках, поэтому для них выгодно иметь постоянного клиента в лице государства.

По мнению экспертов, Банк России продолжит скупку золота и в дальнейшем. Сейчас цена на золото соответствует средней цене добычи в отрасли, поэтому инвестиции в золотодобывающую промышленность уменьшились и шахты закрываются. Со временем эти процессы приведут к росту цен на золото. Нынешний размер золотого запаса России сопоставим с тем, какой был к началу Первой мировой войны – 1,2 тыс. тонн, отмечает информационно-аналитическое агентство «Прайм». Затем запасы по понятным причинам сократились до 150 тонн в 1928 году. Однако уже к 1940 году СССР накопил максимальный с 1865 года объем золота – 2,8 тыс. тонн. После войны запас начал снижаться, и к началу перестройки составлял 719,5 тонн. К 1991 году он

"съежился" до 290 тонн, и с этого момента начался новый виток его увеличения. С 1999 года до настоящего момента золотой запас России вырос более чем в три раза [13].

В 2016 году Банк России для пополнения золотовалютных резервов закупит порядка 200 тонн золота, сообщил зам. начальника управления департамента статистики ЦБ Антон Навой. «В прошлом году банк купил 208 тонн золота, в текущем году будет также, порядка 200 тонн», - сказал Навой в ходе конференции Thomson Reuters "Рынок золота: мировые тенденции и российские реалии". По его словам, у Банка России нет задачи наращивать долю золота в золотовалютных резервах до какого-то конкретного уровня. В США, например, доля золота в резервах составляет более 60 %, а в России – лишь более 16 %. "Банк покупает золото, потому что это выгодно: мы находимся в стране, которая третья в мире по объемам производства золота, и мы имеем возможность покупать его за национальную валюту, в отличие от других государств, не имеющих такой возможности", - отметил Навой.

Банк России с начала 2016 года уже закупил 3,6 миллиона унций (112 тонн) золота, и на 1 сентября 2016 г. в золотовалютных резервах РФ было 49,1 миллиона унций (1527,2 тонны) золота. При этом стоимость золота в резервах составляла 64,71 миллиарда долларов, доля золота - 16,37 % [14].

Российская история золотого рубля (до и после революции 1917 года) и перспективы «денежного» золота в России

Значительный вклад в развитие денежного обращения в России, основанного на золотом стандарте, внес Сергей Юльевич Витте. Денежная реформа С. Ю. Витте заключалась в восстановлении в России вместо существовавшей со времени Крымской войны системы неразменных бумажных денег металлического обращения на основе золотой валюты. Реформа эта была несколько подготовлена предшественниками С. Ю. Витте, при которых финансы страны постепенно упорядочились, появился активный торговый баланс, и были накоплены запасы золота, нужного для размена кредитных билетов. Накопление золота началось еще при М. Ф. Рейтерне, продолжалось при Н. Х. Бунге и сделало большие успехи при И. А. Вышнеградском, увеличившем золотой запас на 309 млн руб. Средствами для накопления золота являлись взимание золотом таможенных пошлин, покровительственная система таможенного обложения, приводившая к перевесу вывоза над ввозом, наконец, кредитные и биржевые операции, из которых последние получили широкое развитие при И. А. Вышнеградском.

Предшественники С. Ю. Витте делали и дальнейшие попытки к восстановлению металлического обращения, поднимая вопрос о разрешении коммерческих сделок на золотую валюту как средстве влить золото в народное обращение; но эти попытки не имели успеха. С. Ю. Витте «сдвинул» дело. Остановившись после непродолжительного колебания на мысли о фиксации курса кредитного рубля, он предпринял ряд мер, направленных к укреплению курса. Для этой цели он вступил в деятельную и успешную борьбу со спекуляцией. В 1894 г. С. Ю. Витте получил полномочия по надзору за кредитными учреждениями, по удалению с русской биржи агентов иностранных банкирских фирм и по запрещению некоторых сделок на золото, направленных исключительно к получению курсовой разницы. Эти меры облегчили С. Ю. Витте систематические биржевые операции по поддержанию курса, который стал приобретать устойчивость.

Укрепив курс, С. Ю. Витте перешел к дальнейшим мерам, подготовлявшим металлическое обращение. Признавая, что оно немыслимо без того, чтобы золото не получило распространения в частном обороте, С. Ю. Витте вошел в Государственный совет с представлением о разрешении коммерческих сделок на золотую валюту с платежом или золотом, или кредитными билетами по курсу. В этом представлении было сказано, что проектируемая мера «не предрешает вопроса об утверждении у нас золотого обращения». Под этим условием предположения С. Ю. Витте были одобрены Государственным советом, мнение которого было высочайше утверждено 8 мая 1895 г. В этом законе, дабы устранить мысль о денежной реформе, не был разрешен вопрос о платежах казны золотой монетой. Между тем это было необходимо, т. к. свободная

наличность казны состояла из золота и не могла расходоваться, так что для покрытия расходов казны в близком будущем пришлось бы вновь выпускать кредитные билеты. Поэтому министр финансов решил принять собственной властью меры к выпуску золота в обращение. Разрешив государственному банку покупать и продавать золото по курсу, а также принимать золото на текущий счет, он дал некоторым кассам Министерства финансов полномочие выдавать кредиторам казны, «в случае их на то согласия», часть следующих им платежей золотом по курсу 7 рублей 40 копеек кредитными за 5 рублей золотом.

Кроме этого, для осуществления денежной реформы потребовались крупные средства. Они были нужны для погашения беспроцентного долга государственного казначейства государственному банку, образовавшегося в прежнее время от выпуска кредитных билетов для усиления средств казны. В 1892 г. этого долга числилось 636,9 млн руб. Так как необходимым условием прочности реформы являлся выпуск кредитных билетов исключительно для потребностей торгового оборота, а не для нужд казны, то С. Ю. Витте признал необходимым погасить весь беспроцентный долг. Это было сделано постепенно, и погашение было закончено в 1901 г. Расчеты казны с государственным банком производились большей частью золотом, поэтому они дали возможность увеличения разменного фонда, обеспечивающего выпуск кредитных билетов: к 1897 г. он был доведен до 500 млн руб. золотом или 750 млн руб. в новой валюте. Монетный устав 1899 г. провозглашал золото основой денежной системы России, а ее денежной единицей – рубль. Золото обладало неограниченной платежной силой. Была установлена свободная чеканка золотых монет. На наш взгляд, заслуга С. Ю. Витте, который продолжил начатую его предшественниками и успешно завершил указанную выше реформу денежного обращения, заключается, во-первых, в том, что такая реформа шла в ногу с общемировыми тенденциями, во-вторых, она дала возможность укрепить внутреннее денежное обращение на фоне набиравшей силу промышленной революции в России, и, в-третьих, такая реформа явилась богатым опытом для проведения денежной реформы в России в условиях НЭПа.

Очередной виток интереса к золоту наметился в начале 20-х годов. Политика военного коммунизма явно давала сбой. Финансовое положение было полностью дестабилизировано, доверие к денежной единице подорвано. В качестве средства тезаврации на территории России использовались монеты дореволюционной чеканки, а также иностранная валюта. Роль денег в товарообороте стремительно снижалась, уступая место бартеру. В этих условиях была необходима реформа, способная создать пользующуюся доверием денежную единицу. Ее идеологом стал народный комиссар Г. Сокольников. Стержнем денежного обращения был выбран золотой червонец, равный 10-рублевой дореволюционной монете. Его стоимость обеспечивалась золотом, иностранной валютой, товарами и краткосрочными государственными обязательствами. Постепенно червонец вытеснил старые денежные знаки, которые в 1924 г. были полностью изъяты из обращения. Однако успех золотого червонца оказался кратковременным. С 1925 г. постепенно сворачивается НЭП и вместе с ним почти на семьдесят лет исчезнет из свободного обращения золото [15].

Заключение

Сегодня золото перестало играть роль денег: стоимость товара нигде не измеряется в золотом эквиваленте; золото перестало выполнять функцию накопления (нет свободного обмена банкнот на золото); золото не реализует функцию платежа, а также функции денег в международном обмене [16]. Сегодня все расчеты осуществляются в национальных валютах, которые не имеют золотого обеспечения. Соответственно, золото отстранено от участия в процессах ценообразования товаров и формирования валютных курсов, а его официальная цена как экономическая категория исчезла. Также существует проблема реализации золота на мировом рынке. Любые попытки продать значительное количество монетарного золота вызывают немедленное падение цен на него и дестабилизируют рынок. Это одна из причин сохранения относительно высокой доли золота в составе официальных резервов. Однако золото как товар обладает

исключительно инвестиционной ценностью, а поэтому в результате официальной демонетизации золота, объявленной Ямайской валютной системой, роль золота лишь модифицировалась в валютно-финансовой сфере и в международных экономических отношениях. Золото, занимая промежуточное положение между товаром и деньгами, но уже не являясь всеобщим эквивалентом стоимости, является так называемыми квазиденьгами.

Ссылки / Reference

- [1] Алмазова О. Л., Дубоносов Л. А. Золото и валюта: прошлое и настоящее. М.: Финансы и статистика, 1988.
- [2] Полищук С. А. Золото: история и современное предназначение // Акция. 2006. № 3.
- [3] Левшин Ф. М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. М.: Международные отношения, 2005.
- [4] Иванова В. Н. Рента, валюты и платежные системы в контексте реформирования мировой финансовой архитектуры // Социальные и гуманитарные знания. 2015. Том 1, № 2. С. 114-122.
- [5] Князев В. Золото Сибири // Русский характер. 2006. № 17.
- [6] Деньги. Кредит. Банки: Учебник / Г. Е. Алпатов, Ю. В. Базулин и др.; под ред. В. В. Иванова, Б. И. Соколова. М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2004. 624 с.
- [7] Дробышевский С. М., Полевой Д. И. Проблемы создания единой валютной зоны в странах СНГ. М.: ИЭПП, 2004. 110 с.
- [8] Борисов С. М. Мировой рынок золота: двадцать лет спустя / Деньги и кредит. 2000. № 9. С. 33-43.
- [9] Громова О., Лесков М. Мировой рынок золота: текущее состояние и основные тенденции / Рынок ценных бумаг. 2001. № 3. С. 49-52.
- [10] Современный рынок золота / под ред. В. И. Букато, М. Х. Лapidуса. М.: Финансы и статистика, 2004.
- [11] Россия вышла на шестое место в мире по золотым резервам. URL: <http://www.kp.ru/daily/26296.3/3172706/>
- [12] Запасы золота в России достигли максимума за 20 лет. URL: <http://www.rg.ru/2015/01/22/zoloto-site-anons.html>
- [13] Россия увеличила золотые запасы на рекордные 34 тонны. URL: <http://expert.ru/2015/10/21/rossiya-velichila-zolotyie-zapasyi-na-rekordnyie-34-tonnyi/>
- [14] ЦБ РФ в 2016 году купит для пополнения резервов порядка 200 тонн золота. URL: <http://mfd.ru/news/view/?id=2118429>.
- [15] Тухватулина Э. Дискуссии о золотом обращении в России // Мировая экономика и международные отношения. 2005. № 4. С. 35-38.
- [16] Новая роль золота // Внешнеполитический бюллетень. 2008. № 9.

УДК 336.02

Применение
многокритериальных методов
для сравнительной оценки
налогового потенциала регионов

Л. Б. Парфенова¹, А. А. Пугачев¹,
А. Подвезько²

¹Ярославский государственный университет
им. П.Г. Демидова

²Университет им. Миколаса Ремериса, Вильнюс,
Литва

E-mail: decan@econom.uniyar.ac.ru, andrxim@yandex.ru, askoldas@gmail.com

Научная статья

Статья посвящена проблемам прогнозирования налогового потенциала региона и сравнительной оценки регионов по его уровню на основе определения факторов, воздействующих на налоговый потенциал с использованием различных эконометрических методов. Были выявлены факторы, определяющие НПП, рассчитаны объективные, субъективные и интегральные веса факторов, оценена степень согласованности мнений экспертов. На основе использования многокритериальных (MCDM) методов была проведена сравнительная оценка НПП четырех регионов России.

Ключевые слова: налоговый потенциал региона; MCDM; корреляционно-регрессионный анализ; метод экспертных оценок

Application of multiple criteria
methods for comparative
assessment of the regional tax
potential

L. B. Parfenova¹, A. A. Pugachev¹,
A. Podvieszko²

¹P. G. Demidov Yaroslavl State University
²Mykolas Romeris University, Vilnius, Lithuania

Scientific article

The paper defines research estimate the predictive tax capacity of regions and comparative evaluation of regions on the basis of criteria, which are influencing the tax capacity using econometric methods. The objective, subjective, and cumulative weights have been calculated, the degree of concordance of expert opinions was gauged. The comparative evaluation of the regional tax potential in four regions of Russia was performed on the basis of MCDM methods.

Keywords: regional tax potential; MCDM; correlation and regression analysis; expert assessment method

Введение

Исследование проблем налогового федерализма, межбюджетных отношений как направление экономической науки развивается со второй половины XX века и является актуальным для многих государств, что подтверждается разнообразием исследований, посвященных налоговым и бюджетным отношениям, что обусловлено необходимостью определения достаточного для исполнения расходных обязательств объема налогового потенциала субфедерального уровня. Актуальность исследования обусловлена необходимостью построения эффективной системы налогового федерализма, системы

Для цитирования: Парфенова Л. Б., Пугачев А. А., Подвезько А. Применение многокритериальных методов для сравнительной оценки налогового потенциала регионов // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 24–34

For citation: Parfenova L. B., Pugachev A. A., Podvieszko A. Application of multiple criteria methods for comparative assessment of the regional tax potential. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 24–34. (in Russ.)

межбюджетного выравнивания и финансовой политики федерального центра и региональных органов власти.

Цель исследования заключается в выявлении возможностей прогнозирования налогового потенциала регионов (НПР) и сравнительной оценки регионов по его уровню на основе определения факторов, воздействующих на налоговый потенциал, с использованием различных эконометрических методов.

Для достижения поставленной цели необходимо было реализовать следующие задачи:

- на основе эмпирических данных с помощью корреляционно-регрессионного анализа, а также с помощью метода экспертных оценок выделить факторы, определяющие НПР,
- установить относительную количественную степень влияния отдельных факторов: вычислить их веса, оценить степень согласованности мнений экспертов,
- оценить и сравнить налоговый потенциал отдельных регионов России, используя MСDM-методы,
- сравнить результаты корреляционно-регрессионного анализа и MСDM-методов.

Исследование факторов, воздействующих на налоговый потенциал региона

В рамках отдельной налоговой системы исследование факторов, воздействующих на НПР, можно проводить на основе ретро-данных о структуре поступлений налогов и сборов в бюджетную систему с учетом налоговой базы, с которой исчислены данные поступления [1, 2]. Данные о поступлении налогов в консолидированный бюджет РФ и консолидированные бюджеты субъектов РФ в 2015 г. представлены в таблице 1.

Таблица 1

Поступление налогов в консолидированный бюджет РФ и консолидированные бюджеты субъектов РФ в 2015 г.¹

Налог	Поступление в консолидированный бюджет РФ		Поступление в консолидированный бюджет субъектов РФ	
	Млрд руб.	Доля, проценты	Млрд руб.	Доля, проценты
Всего	13 788,3	100,0	6 907,8	100,0
Налог на прибыль организаций	2 598,8	18,8	2 107,5	30,5
НДФЛ	2 806,5	20,4	2 806,5	40,6
НДС	2 590,0	18,8	0	0
Акцизы	1 020,9	7,4	486,5	7,0
Налог на имущество	742,4	5,4	742,4	10,7
Транспортный налог	140,0	1,0	140,0	2,0
Земельный налог	185,1	1,3	185,1	2,7
НДПИ	3 226,8	23,4	66,8	1,0

На основе эмпирических данных можно утверждать, что полный налоговый потенциал субъектов РФ формируют в основном 5 налогов (более чем на 90 %): НДПИ, НДФЛ, налог на прибыль организаций, НДС, акцизы, налог на имущество. Для анализа влияния на НПР НДПИ использован не будет в силу того, что он, во-первых, является федеральным налогом, во-вторых, очень неравномерно распределен в региональном разрезе в силу географических особенностей России. Основными факторами, воздействующими на НПР, соответственно, будут показатели налоговой базы данных налогов в соответствии с Налоговым кодексом РФ, то есть валовой региональный

¹ Составлено авторами по [3].

продукт (для косвенных налогов: НДС и акцизов), доходы населения за вычетом социальных выплат (НДФЛ), прибыль организаций (НПО), инвестиции в основной капитал (налог на имущество). Подтверждением влияния данных факторов на НПР являются результаты корреляционно-регрессионного анализа зависимости между данными факторами и НПР. В целях проведения анализа были выбраны 4 региона Центрального федерального округа с различным уровнем НПР (Воронежская, Ярославская, Ивановская и Костромская области), статистическая база по которым представлена в таблице 2.

Таблица 2

Темпы роста показателей-факторов и налогового потенциала Воронежской, Ивановской, Костромской и Ярославской областей¹

в процентах

Год	ВРП	РПО	ДНДСВ	ИОК	НПР
Воронежская область					
1997	102,9		126,9	84,3	105,3
1998	59,2		68,0	63,8	55,7
1999	118,8	183,5	110,9	111,0	114,1
2000	111,4	73,0	96,6	119,5	102,5
2001	102,8	97,2	115,2	107,6	106,6
2002	120,4	73,7	109,8	134,3	119,3
2003	101,7	128,9	118,0	110,8	82,6
2004	102,9	101,7	108,0	97,3	94,4
2005	103,9	111,8	121,2	119,6	106,7
2006	114,6	103,5	118,2	124,9	109,1
2007	117,4	123,9	106,3	147,2	115,3
2008	112,7	130,6	108,9	126,1	104,7
2009	94,8	49,6	98,8	90,8	85,2
2010	101,0	127,1	104,8	129,3	111,9
2011	130,7	139,0	111,5	110,5	114,7
2012	118,5	125,0	112,2	110,2	116,3
Ивановская область					
1997	85,5		109,9	93,1	105,5
1998	63,0		53,2	96,9	53,1
1999	101,2	136,8	104,0	47,2	101,5
2000	123,6	106,1	117,4	165,9	112,1
2001	107,5	97,6	96,7	100,1	99,0
2002	109,4	71,9	113,9	100,7	123,2
2003	98,3	94,1	128,5	155,3	86,8
2004	108,0	137,1	113,7	156,9	107,9
2005	101,8	98,6	110,0	123,4	101,6
2006	111,2	79,5	117,9	109,5	104,1
2007	118,2	138,2	114,2	103,0	104,6
2008	101,5	65,7	132,1	130,5	112,1
2009	92,0	88,6	97,4	112,7	84,2
2010	100,5	97,7	101,3	83,6	107,2
2011	121,8	135,1	112,1	97,3	106,5
2012	100,2	108,2	118,8	74,4	114,1

¹ Рассчитано авторами по: [3, 4, 5, 6, 7, 8].

Год	ВРП	РПО	ДДСВ	ИОК	НПР
Костромская область					
1997	108,9		104,4	95,7	136,0
1998	62,0		58,7	71,1	58,8
1999	119,3	136,2	124,0	143,7	92,5
2000	102,3	93,8	107,8	119,4	101,9
2001	110,6	99,2	107,0	87,2	106,7
2002	101,0	83,2	113,6	110,8	104,5
2003	94,9	70,7	89,1	82,9	101,4
2004	112,7	124,6	111,5	189,1	92,1
2005	108,3	110,7	117,8	103,2	95,4
2006	112,1	119,4	119,5	77,4	121,7
2007	106,9	126,6	109,9	104,1	103,3
2008	108,9	100,9	106,2	106,8	113,8
2009	89,5	55,5	98,7	61,8	89,0
2010	105,5	142,8	108,2	120,1	100,4
2011	114,3	97,2	103,2	95,2	104,4
2012	109,9	162,2	99,2	129,4	102,9
Ярославская область					
1997	96,8	54,2	104,4		102,0
1998	66,6	22,0	59,3	73,9	50,3
1999	120,9	202,3	119,6	213,9	124,9
2000	106,9	112,1	116,8	260,4	122,9
2001	126,6	108,6	113,9	390,5	135,0
2002	105,4	82,3	115,2	196,6	120,0
2003	94,5	80,9	114,5	196,7	79,8
2004	109,3	80,0	108,5	134,3	97,1
2005	103,9	108,5	107,6	141,1	102,5
2006	105,7	99,0	120,2	79,2	91,2
2007	107,7	112,7	108,1	104,9	126,9
2008	100,4	59,3	110,3	108,7	98,7
2009	90,4	95,5	92,6	95,0	85,5
2010	99,7	156,1	90,6	114,0	109,8
2011	114,8	84,3	99,2	91,2	115,3
2012	105,6	155,9	112,7	89,6	119,8

Результаты корреляционно-регрессионного анализа зависимости между показателями-факторами и НПР представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты корреляционно-регрессионного анализа зависимости между показателями-факторами и налоговым потенциалом регионов (парная регрессия)

Факторы	R ² при линейной связи	Лучший вид связи	
		Вид	R ²
ВРП	0,775	степенная	0,831
ДДСВ	0,426	полином 2 степени	0,590
РПО	0,394	степенная	0,598
ИОК	0,266	полином 2 степени	0,390

Наиболее тесная связь наблюдается между НПР и ВРП, что обусловлено высокой долей в полном НПР НДС и акцизов (до 30 %), налоговая база по которым сформирована

за счет ВРП, а также тем, что ВРП является комплексным показателем развития экономики региона. РПО формирует налоговую базу по НПО (около 20 %). Тесная связь сложилась также между НПР и ДДНСВ, так как ДДНСВ практически представляют собой в полном объеме налоговую базу по НДФЛ и, кроме того, НДФЛ в полном НПР имеет высокую долю (более 20 %). ИОК как показатель, характеризующий налоговую базу по налогу на имущество организаций (около 5 % в НПР), также может использоваться в анализе, несмотря на отсутствие статически значимой зависимости в регионах с низким НПР.

В целом корреляционно-регрессионный анализ подтвердил гипотезу о влиянии указанных факторов на НПР.

Многокритериальный (MCDM) подход к оценке налогового потенциала регионов

Основу количественных многокритериальных MCDM (Multiple Criteria Decision Making) методов составляют две матрицы: матрица решений $R = \|r_{ij}\|$ значений факторов (критериев), характеризующих цель исследования, и вектор $\Omega = (\omega_i)$ весов (значимостей) этих факторов, где $i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n; m$ – количество факторов, n – число сравниваемых вариантов (регионов). Цель применения MCDM-методов – выяснить, какой из сравниваемых вариантов: A_1, A_2, \dots, A_n (регионов) – наилучший по совокупности значений всех критериев R_1, R_2, \dots, R_m , либо ранжировать варианты в порядке их важности.

Идея количественных MCDM-методов состоит в объединении нормализованных (не зависящих от единиц измерения) значений факторов и их весов в одну оценочную характеристику – критерий метода. Наиболее простым и наглядным примером является метод простого аддитивного взвешивания SAW (Simple Additive Weighting), оценочный критерий которого S_j рассчитывается по формуле [9]:

$$S_j = \sum_{i=1}^m \omega_i \tilde{r}_{ij}, \quad (2)$$

где ω_i – вес i -го фактора; \tilde{r}_{ij} – нормализованное (безразмерное) значение i -го фактора для j -го варианта. Один из вариантов нормализации, используемой нами:

$$\tilde{r}_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum_{j=1}^n r_{ij}} \quad \left(\sum_{j=1}^n \tilde{r}_{ij} = 1 \right) \quad (3)$$

Для многокритериальных оценок был применен и другой MCDM-метод TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to an Ideal Solution). Этот метод является одним из популярных, наиболее часто применяемых, теоретически обоснованных многокритериальных методов. Суть метода заключается в том, что из сравниваемых вариантов наилучшим будет признан объект, имеющий наименьшее расстояние от наилучшего варианта (по совокупности всех критериев) и наибольшее расстояние от наихудшего варианта [9, 10].

TOPSIS метод использует векторную нормализацию данных:

$$\tilde{r}_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n r_{ij}^2}} \quad (i = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n), \quad (4)$$

где r_{ij} и \tilde{r}_{ij} – соответственно, значение и нормализованное значение i -го показателя (фактора) для j -й альтернативы.

В TOPSIS методе вначале выбирается наилучший вариант:

$$V^* = \{V_1^*, V_2^*, \dots, V_m^*\} = \left\{ \left(\max_j \omega_i r_{ij} / i \in I_1 \right), \left(\min_j \omega_i \tilde{r}_{ij} / i \in I_2 \right) \right\}, \quad (5)$$

и наихудший вариант:

$$V^- = \{V_1^-, V_2^-, \dots, V_m^-\} = \left\{ \left(\min_j \omega_i r_{ij} / i \in I_1 \right), \left(\max_j \omega_i \tilde{r}_{ij} / i \in I_2 \right) \right\}, \quad (6)$$

где I_1 – множество индексов максимизируемых показателей, I_2 – множество индексов минимизируемых показателей, ω_i – вес i -го показателя.

Рассчитывается общее расстояние D_j^* каждого варианта (альтернативы) до наилучшего решения (варианта) и расстояние D_j^- до наихудшего решения:

$$D_j^* = \sqrt{\sum_{i=1}^m (\omega_i \tilde{r}_{ij} - V_i^*)^2} \tag{7}$$

$$D_j^- = \sqrt{\sum_{i=1}^m (\omega_i \tilde{r}_{ij} - V_i^-)^2} \tag{8}$$

Оценочный критерий C_j^* метода TOPSIS рассчитывается по формуле:

$$C_j^* = \frac{D_j^-}{D_j^* + D_j^-} \quad (j = 1, 2, \dots, n) \tag{9}$$

$$(0 \leq C_j^* \leq 1)$$

Наилучшему варианту соответствует наибольшее значение критерия C_j^* , и все варианты ранжируются в порядке убывания значений критерия.

Основу для расчета весов на практике наиболее часто составляют оценки квалифицированных специалистов-экспертов. Результаты расчетов можно применить для сравнительной оценки вариантов (регионов), если установлена степень согласованности этих оценок. Оценить степень согласованности позволяет теория ранговой корреляции – коэффициент конкордации W Кендэла [11]. Ранжирование – это процедура, когда наиболее важному фактору присваивается ранг, равный единице, второму по важности – ранг 2 и т.д., последнему – наименее важному фактору – присваивается ранг m (m – число факторов).

Оценки экспертов есть таблица-матрица $E = \|e_{ij}\| (i = 1, \dots, m; j = 1, \dots, r)$, где m – количество сравниваемых факторов, r – количество экспертов.

Коэффициент конкордации W рассчитывается по формуле [11]:

$$W = \frac{12S}{r^2 m(m^2 - 1)} \tag{10}$$

В формуле (10) сумма квадратов отклонений S сумм рангов $e_i = \sum_{j=1}^r e_{ij}$ i -го фактора

для всех экспертов от общего среднего $\bar{e} = \frac{\sum_{i=1}^m e_i}{m} = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^r e_{ij}}{m}$ рассчитывается по формуле:

$$S = \sum_{i=1}^m (e_i - \bar{e})^2 \tag{11}$$

Степень согласованности оценок экспертов устанавливает не сам коэффициент конкордации W , а связанный с ним критерий χ^2 , значения которого рассчитываются по формуле:

$$\chi^2 = Wr(m-1) = \frac{12S}{rm(m+1)} \quad (12)$$

Доказано [11], что если значение критерия χ^2 больше критического значения χ_{kr}^2 , взятого из таблицы распределения χ^2 для числа степеней свободы $\nu = m-1$ и выбранного уровня значимости α , близкого к нулю, то принимается статистическая гипотеза о согласованности мнений экспертов.

На первом этапе 11 экспертов ранжировали 10 факторов: к статистическим факторам 5 табл. были добавлены качественные показатели, характеризующие уровень развития НПР (5 табл.). Расчетное значение коэффициента конкордации $W=0,326$, соответствующее ему значение критерия $\chi^2 = 32,316$ больше критического значения $\chi_{kr}^2 = 16,919$, взятого из таблицы распределения χ^2 для числа степеней свободы $\nu = 9$ и выбранного уровня значимости $\alpha = 0.05$, поэтому была принята статистическая гипотеза о согласованности мнений экспертов.

Оценки весов факторов, определяющих налоговый потенциал регионов

В задачах принятия решений наиболее часто используются так называемые субъективные веса факторов (критериев), которые рассчитываются на основе мнений квалифицированных специалистов (экспертов) исследуемой среды, имеющих большой теоретический и практический опыт исследований. Общая идея оценок субъективных весов заключается в том, что вес наиболее значимого фактора должен быть наибольшим, значения весов соответствуют важности фактора и обычно значения весов нормируются, чтобы их сумма была равна единице:

$$\sum_{j=1}^m \omega_j = 1. \quad (13)$$

В данной работе для оценки субъективных весов факторов был использован метод непосредственной оценки, когда сумма оценок каждого эксперта для всех четырех факторов составила 100 %. На практике для принятия решения используются и так называемые объективные веса, которые оценивают структуру данных (матрицу решений) и характеризуют степень доминирования значений факторов в момент сравнительных оценок. В данной работе объективные веса факторов были рассчитаны по результатам многофакторной регрессионной модели. Объективные веса применяются значительно реже в задачах принятия решений. Известны и интегральные методы расчетов весов факторов, объединяющие субъективные и объективные веса [9]. Интегральные веса рассчитываются по формуле:

$$\omega_j = \frac{q_j W_j}{\sum_{j=1}^m q_j W_j} \quad (14)$$

где q_i – субъективные веса, W_i – объективные веса, ω_i – обобщенные веса.

Обобщенные веса объединяют в себе и мнения квалифицированных экспертов, и структуру данных, и степень влияния отдельных факторов сравниваемых вариантов на момент оценки.

Отобранные по результатам корреляционно-регрессионного анализа и мнений экспертов 4 фактора были использованы в дальнейшем для оценки экспертами их относительной важности и определения удельного веса факторов в рамках их влияния на НПР. Сводные данные экспертной оценки указанных статистических факторов представлены в таблице 4.

Таблица 4

**Свод мнений экспертов по определению степени влияния основных факторов
на налоговый потенциал региона**

Ранги факторов	Экспертные оценки (Э-Эксперт)										
	Э1	Э2	Э3	Э4	Э5	Э6	Э7	Э8	Э9	Э10	Э11
ВРП	3	1	3	1	1	4	2	3	4	1	3
РПО	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1
ДДНСВ	2	3	1	2	3	3	3	1	3	3	2
ИОК	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4
	Удельные веса факторов, проценты										
ВРП	15	35	20	35	35	15	31	25	15	40	20
РПО	40	27	25	25	30	30	35	30	25	25	40
ДДНСВ	35	25	35	25	25	20	25	35	20	20	25
ИОК	10	13	20	15	10	35	9	10	40	15	15
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Оценки экспертов обозначим e_{ik} . Веса факторов рассчитываем по формуле:

$$q_i = \frac{\sum_{k=1}^r e_{ik}}{100 \sum_{i=1}^m \sum_{k=1}^r e_{ik}} \quad (\sum_{i=1}^m q_i = 1). \quad (15)$$

В таблице 5 представлены значения субъективных и объективных весов факторов, а также значения обобщенных весов, рассчитанных по (14) формуле.

Таблица 5

Удельный вес влияния факторов на налоговый потенциал региона

Фактор	Субъективные веса q_i	Объективные веса W_i	Обобщенные веса ω_i
ВРП	0,260	0,340	0,3512
ДДНСВ	0,302	0,233	0,2796
РПО	0,264	0,209	0,2192
ИОК	0,174	0,217	0,1500

Сравнительные многокритериальные оценки налогового потенциала регионов России

С помощью многокритериальных (MCDM) методов SAW и TOPSIS были оценены налоговые потенциалы четырех областей России: Ярославской, Воронежской, Ивановской и Костромской. При расчетах были использованы интегральные веса факторов, рассчитанные по (14) формуле на основе оценок экспертов и корреляционно-регрессионного анализа. Результаты расчетов приведены в таблице 6.

Данные в таблице 6 относительно применения MCDM-методов свидетельствуют о том, что методы SAW и TOPSIS дали в рамках оценки темпов прироста налогового потенциала 4 выбранных для анализа регионов России схожие результаты: различие результатов двух указанных методов имело место в 2004 и 2010 гг., при этом значения расчетных показателей для Ярославской и Воронежской областей (в обоих случаях) были очень близки друг к другу: (абсолютная разница показателей 0,004–0,02). Вместе с тем данные результатов оценки MCDM-методов отличаются от фактических показателей на основе сложившихся темпов прироста налогового потенциала данных областей, что обусловлено в основном наличием субъективности в использованных для анализа оценках весов факторов на основе метода экспертных оценок. В целях обеспечения объективной оценки возможности применения MCDM-методов к сравнительной характеристике НПП необходимо сопоставление данных анализа MCDM-методов с результатами стохастического исследования посредством корреляционно-регрессионного анализа прогнозирования НПП, в котором

использованы эмпирические данные и также присутствует доля не объясненного моделью регрессии изменения результивного фактора.

Таблица 6

**Сравнительная многокритериальная оценка прироста налогового потенциала
Воронежской, Ивановской, Костромской и Ярославской областей**

Год		Ярославская		Воронежская		Ивановская		Костромская	
2012	TOPSIS	0,5408	3	0,5720	2	0,2740	4	0,6804	1
	SAW	0,2518	3	0,2574	2	0,2267	4	0,2641	1
	Место	3		2		4		1	
2011	TOPSIS	0,0137	4	0,9891	1	0,7556	2	0,2164	3
	SAW	0,2242	4	0,2774	1	0,2643	2	0,2341	3
	Место	4		1		2		3	
2010	TOPSIS	0,6505	2	0,6300	3	0,2028	4	0,8043	1
	SAW	0,2522	3	0,2562	2	0,2257	4	0,2659	1
	Место	2-3		2-3		4		1	
2009	TOPSIS	0,7916	2	0,2817	3	0,8606	1	0,1460	4
	SAW	0,2653	2	0,2375	3	0,2725	1	0,2248	4
	Место	2		3		1		4	
2008	TOPSIS	0,0528	4	0,7541	1	0,3136	3	0,5049	2
	SAW	0,2216	4	0,2805	1	0,2468	3	0,2512	2
	Место	4		1		3		2	
2007	TOPSIS	0,0635	4	0,6800	1	0,5138	2	0,2715	3
	SAW	0,2362	4	0,2617	1	0,2592	2	0,2429	3
	Место	4		1		2		3	
2006	TOPSIS	0,3302	4	0,7266	1	0,3634	3	0,5523	2
	SAW	0,2387	4	0,2646	1	0,2428	3	0,2539	2
	Место	4		1		3		2	
2005	TOPSIS	0,5803	2	0,6129	1	0,3402	4	0,4669	3
	SAW	0,2520	2	0,2554	1	0,2412	4	0,2514	3
	Место	2		1		4		3	
2004	TOPSIS	0,2554	4	0,2587	3	0,7800	2	0,8408	1
	SAW	0,2318	3	0,2274	4	0,2681	2	0,2727	1
	Место	3-4		3-4		2		1	
2003	TOPSIS	0,5379	3	0,6243	1	0,5962	2	0,0065	4
	SAW	0,2578	3	0,2710	1	0,2662	2	0,2051	4
	Место	3		1		2		4	
2002	TOPSIS	0,6910	1	0,4966	2	0,2036	4	0,2401	3
	SAW	0,2684	1	0,2538	2	0,2370	4	0,2408	3
	Место	1		2		4		3	
2001	TOPSIS	0,9848	1	0,1888	2	0,0731	4	0,1402	3
	SAW	0,3115	1	0,2316	2	0,2219	4	0,2290	3
	Место	1		2		4		3	
2000	TOPSIS	0,7500	1	0,1498	4	0,5953	2	0,2729	3
	SAW	0,2815	1	0,2182	4	0,2704	2	0,2299	3
	Место	1		4		2		3	

Для проведения сравнительной оценки была построена единая для четырех регионов модель множественной регрессии на основе данных, приведенных в разделе 3 настоящей статьи. Модель представлена следующим уравнением регрессии (16):

$$\text{НПР}_i = -84,778 + 14,298 \text{ ВРП}_i + 3,575 \text{ ДНДСВ}_i + 0,009 \text{ РПО}_i + 0,029 \text{ ИОК}_i \quad (16)$$

В данной модели факторами и результатом являются темпы прироста соответствующих показателей.

Для модели 16 коэффициент детерминации R^2 составил 69,6 %. Уравнение множественной регрессии является статистически значимым по F-критерию Фишера при уровне значимости (α) 1 %. Средняя ошибка аппроксимации (\bar{A}) составила 8,25 %. Данные показатели в совокупности свидетельствуют о приемлемом качестве модели и возможности ее использования в аналитических целях.

В таблице 7 приведены результаты оценки рангов регионов по уровню темпа роста НПР на основе корреляционно-регрессионного анализа по модели (16).

Таблица 7

Сравнительная оценка прироста налогового потенциала Воронежской, Ивановской, Костромской и Ярославской областей на основе корреляционно-регрессионного анализа

Год	Ярославская	Воронежская	Ивановская	Костромская
2012	3	1	4	2
2011	4	1	2	3
2010	3	2	4	1
2009	3	1-2	1-2	4
2008	4	1	3	2
2007	4	1-2	1-2	3
2006	4	1	3	2
2005	2-3	2-3	4	1
2004	3	4	2	1
2003	3	1	2	4
2002	2-3	1	2-3	4
2001	1	4	3	2
2000	2	3	1	4

При сопоставлении результатов ранжирования темпов роста НПР на основе МСДМ (таблица 7) с результатами ранжирования темпов роста НПР на базе корреляционно-регрессионного анализа установлено, что полностью результаты соответствуют для 2003, 2004, 2006–2008, 2010, 2011 гг., расхождения имеются для 2000–2002, 2005, 2009, 2012 гг.

Наличие данных расхождений обусловлено рядом факторов, среди которых важно выделить следующие: наличие близких значений темпов роста НПР, которые, однако, приводят к различию рангов регионов; различие весов факторов, определенных в рамках экспертной оценки и в результате корреляционно-регрессионного анализа, а также наличие доли не объясненной моделью регрессии составляющей вариации НПР.

В целом можно сделать вывод о наличии ограниченной возможности применения МСДМ-методов к исследованному в работе варианту оценки и прогнозирования НПР, что продиктовано наличием расхождений в применении МСДМ-методов и корреляционно-регрессионного анализа. Наличие ограничения возможности применения МСДМ-методов вызвано постановкой исследовательской задачи оценки относительных показателей (темпов прироста). Вероятно, что при оценке абсолютных показателей различий при применении данных методов было бы меньше, так как абсолютные показатели НПР отличаются друг от друга более существенно, чем показатели темпов их прироста.

Выводы

В результате исследования выявлены факторы, влияющие на налоговый потенциал регионов РФ: валовой региональный продукт, денежные доходы населения за вычетом социальных выплат, прибыль организаций, инвестиции в основной капитал. Набор данных факторов определен структурой НПП, налоговыми базами составляющих его основу налогов. В рамках исследования выбор факторов подтвержден эмпирически с помощью корреляционно-регрессионного анализа. Результаты эмпирического исследования в статье скоординированы с результатами экспертных оценок, которые обобщены посредством применения многокритериальных методов (MCDM). На базе последних показана возможность сравнительной оценки различных регионов по уровню НПП, а также приемлемость многокритериальных методов и корреляционно-регрессионного анализа для ранжирования регионов.

Проведенная сравнительная оценка регионов по уровню НПП на основе двух используемых методов показала наличие определенных расхождений, обусловленных близкими значениями темпов прироста НПП, которые, однако, приводят к различию рангов. Использование абсолютных показателей привело бы к более полному совпадению рангов, но постановка исследовательской задачи обусловила необходимость использования относительных показателей – темпов прироста. Вместе с тем важно, что для большинства периодов характерно абсолютное сходство рангов регионов по НПП, что и доказывает приемлемость многокритериальных методов оценки и корреляционно-регрессионного анализа.

Ссылки / Reference

- [1] Parfenova L., Pugachev A., Podvieszko A. Comparative analysis of tax capacity in regions of Russia // Technological and Economic Development of Economy. Vilnius: Vilnius Gediminas Technical University. 2016. V. 22. № 6. С. 905–925.
- [2] Парфенова Л. Б., Пугачев А. А. Налоговый потенциал региона: проблемы качественной и количественной оценки // Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2011. № 4. С. 134–142.
- [3] Данные по формам статистической налоговой отчетности // ФНС РФ. URL: http://www.nalog.ru/rn76/related_activities/statistics_and_analytics/forms/#t2 (дата обращения: 17.12.2016).
- [4] Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015: Стат. сб. / Росстат. М., 2015. 1266 с.
- [5] Российский статистический ежегодник. 2005: Стат. сб. / Росстат. М., 2005. 819 с.
- [6] Российский статистический ежегодник. 2009: Стат. сб. / Росстат. М., 2009. 795 с.
- [7] Российский статистический ежегодник. 2012: Стат. сб. / Росстат. М., 2012. 786 с.
- [8] Российский статистический ежегодник. 2014: Стат. сб. / Росстат. М., 2014. 693 с.
- [9] Hwang C. L., Yoon K. Multiple Attribute Decision Making Methods and Applications. Berlin: Springer-Verlag, 1981. 259 с.
- [10] Podvieszko A., Podvezko V. Absolute and Relative Evaluation of Socio-Economic Objects Based on Multiple Criteria Decision Making Methods // Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics. 2014. № 25 (5). С. 522-529.
- [11] Kendall M. Rank correlation methods. New York: Hafner Publishing House. 1955. 196 с.

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316

Социальная безопасность
в структуре социального
благополучия человека и
общества**А. А. Власова***Ярославский государственный университет
им. П.Г. Демидова**Научная статья*

В работе определяется понятие «социальное благополучие» и выявляется место и роль социальной безопасности в его структуре. Также исследуются проблемы экстремизма и терроризма в контексте социальной безопасности и социального благополучия.

Ключевые слова: социальная безопасность; социальное благополучие; социальное самочувствие; экстремизм

Social security in the structure
of social well-being of man and
society**A. A. Vlasova***P. G. Demidov Yaroslavl State University**E-mail: fspn@bk.ru**Scientific article*

In the work the concept of “social well-being” described and the place and role of social security defined in its structure. Also examines the problem of extremism in the context of social security and social well-being.

Keywords: social security; social welfare; social well-being; extremism

Социальное благополучие – одно из наиболее значимых понятий в современных социальных науках. В то же время оно не имеет однозначного определения, а авторы, как ученые, так и публицисты, использующие данное словосочетание, часто не дают строгой дефиниции, считая социальное благополучие интуитивно понятной категорией, не требующей специальных разъяснений. Социальное благополучие обычно определяется через отсутствие неблагополучия, а устоявшийся в повседневной речи и в бюрократическом лексиконе оборот является характеристикой группы или личности как социально неблагополучной.

На протяжении веков развития общественной мысли социальное благополучие не всегда четко обозначалось, но тем не менее большинство исследований, начиная с античности и заканчивая постмодерном, в социальных науках прямо или косвенно затрагивают проблематику достижения социального благополучия.

Классические идеи Аристотеля и Платона о наилучшем варианте общественного устройства, оптимальном социальном порядке предопределили направление развития западной социальной мысли. У Аристотеля впервые звучит мысль об идеальном способе распределения общественного блага, когда им обладает в необходимой и достаточной мере большая часть населения, представляющая собой средний класс. Платон, разрабатывая концепцию «справедливого государства», наиболее благоприятным вариантом считал распределение социальных статусов, а вместе с ним и получаемых благ в соответствии с призванием человека. Особое внимание ученые античности уделяли

Для цитирования: Власова А. А. Социальная безопасность в структуре социального благополучия человека и общества // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 35–41.

For citation: Vlasova A. A. Social security in the structure of social well-being of man and society. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 35–41. (in Russ.)

нравственно-этической составляющей социального благополучия, полагая, что его достижение невозможно без определенных качеств личности, таких как альтруизм, честность, духовность.

Развитие социальных наук в эпоху Возрождения и затем Нового Времени вновь поставило вопрос о максимально эффективном и оптимальном способе устройства общественного порядка как в духе утопий («Город солнца» Т. Кампанеллы), так и в виде размышлений о реальном положении дел в государстве и роли правителя в социальном благополучии граждан («Государство» Н. Маккиавелли). Дальнейшее развитие идей социального благополучия как наилучшего варианта развития общества связано с именами великих философов И. Бентама, Т. Гоббса, И. Канта, Дж. Локка, Ж.-Ж. Руссо, Б. Спинозы. С определенной долей условности можно сказать, что Й. Бентам сформулировал первое определение социального благополучия как «возможно большее счастье возможно большего числа людей» [1, с. 14].

И хотя непосредственно термин «социальное благополучие» не использовался в этот период, суть философских и социально-политических исследований так или иначе была связана с поиском такой организации жизни общества, которая была бы справедливой, отражала потребности и чаяния большинства людей, а значит, и обеспечивала бы социальное благополучие.

Дальнейшее развитие идей социального благополучия связано с экономической наукой. Понимая благополучие в узком смысле как обеспеченность материальными благами, экономисты, начиная с А. Смита, рассуждали о наилучших способах организации экономической жизни общества и о роли государства в ее регулировании. Можно сказать, что в экономике социальное благополучие приравнивается к материальному благосостоянию.

В самом общем приближении в истории экономических учений можно выделить два противоположных подхода к обеспечению социального благополучия граждан. Первый подход представлен классической школой политической экономии (А. Смит, Д. Риккардо, Т. Мальтус). Ученые этого направления полагали, что достижение общественного благополучия возможно через достижение благополучия отдельного взятого индивида, преследующего свои эгоистические цели в свободной конкуренции на рынке, основанном на разделении труда. Если все люди стремятся к частному благополучию и действуют в целях собственного обогащения, то, значит, и общество в целом процветает.

Второе направление экономических воззрений на социальное благополучие связано с социалистической традицией (К. Маркс), которая отрицает возможность достижения всеобщего социального благополучия в условиях экономического неравенства, порождаемого действиями отдельных индивидов на нерегулируемом рынке. Социальное благополучие общества возможно только на основе общественного владения собственностью и регулирования экономики в интересах всего общества.

В ситуации спора двух групп экономических теорий – капиталистической школы политэкономии и социалистической – возникает концепция социального государства (термин введен немецким экономистом Л. фон Штейном). Зародившись еще в конце XIX века как ответ на вызовы урбанизации, индустриализации, идея социального государства, или государства всеобщего благосостояния (welfarestate), оказала огромное влияние на социальную политику развитых стран и получила нормативное закрепление в основных законах и конституциях многих государств. В противовес «полицейскому» государству, заикнутому исключительно на охране своих границ и обеспечении внутреннего порядка, социальное государство берет на себя функции защиты и поддержки благополучия своих граждан во многих сферах. Государство не только компенсирует невозможность самостоятельного достижения определенного уровня и качества жизни депривированным слоям населения, но и берет на себя ответственность за обеспечение равных возможностей для всех социальных групп и проводит проактивную социальную политику для достижения заданных социальных стандартов. Можно сказать, что идеальной целью функционирования современного социального государства является создание условий для обеспечения социального благополучия всех членов общества. Кроме того, концепция социального государства расширительно

толкует и само понятие социального благополучия, включая в него не только материальное благосостояние, но и показатели здоровья, образования, безопасности.

Значительный вклад в раскрытие сущности социального благополучия внесли теории Дж. Кейнса и неокейнсианцев, идеи социально ориентированной экономики (В. Ойкен, Ф. фон Хайек и др.) и социального рыночного хозяйства (А. Мюллер-Армак), концепция утилитаризма А. Пигу, сформулированный В. Парето принцип максимально эффективного размещения ресурсов в обществе.

Экономическая наука конца XX – начала XXI века значительно расширила трактовку социального благополучия и четче очертила круг проблем. Помимо материального благосостояния в социальное благополучие учеными были включены и такие характеристики жизни общества, как здоровье населения, образование, безопасность, свобода, субъективное ощущение благополучия и т. д. И если экономисты прошлого видели проблему социального благополучия в макроэкономических масштабах, то современные исследователи акцентируют внимание на социальном благополучии конкретного индивида как производителя и, главное, потребителя благ и услуг.

С достижением обществом возможности удовлетворить базовые потребности большинства людей проблема социального благополучия звучит по-новому: не только как наличие благ, но и как их восприятие и позитивная оценка личностью. В связи с этим в экономической теории выделяется такая самостоятельная отрасль, как экономика счастья, а в практике для оценки эффективности экономической политики государства на смену показателю «валовый внутренний продукт» приходит международный индекс счастья (англ. HappyPlanetIndex).

В психологии сложилось собственное понимание социального благополучия как субъективного ощущения, позитивного переживания индивидом собственного внутреннего состояния и положительной оценки своей социальной позиции. Изучением субъективного благополучия как состояния, противопоставляемого психологическому нездоровью и неблагополучию, западная психология стала заниматься в 1960-е гг. Основу психологического подхода к благополучию составляет гуманистическая теория и ее концепты саморазвития и самоактуализации (К. Роджерс, А. Маслоу). В 1980-е года психология впервые сделала счастье предметом самостоятельного изучения – в свет вышел труд английского психолога М. Аргайла «Психология счастья». Материальное благосостояние и здоровье определены им как ключевые характеристики социального благополучия и счастья человека. К условиям, формирующим ощущение благополучия, он относит также социальные отношения индивида, его досуг и трудовую деятельность [2].

Изучение классических и современных теорий социального благополучия в различных науках позволяет условно выделить два сложившихся подхода. Первый подход к пониманию сущности социального благополучия определяет его относительно всего общества, подразумевая, что социальное значит общественное, касающееся всего социума. Второй подход акцентирует внимание на конкретном человеке и его социальном благополучии как характеристике его материального, социального и психологического статуса. То есть, говоря о социальном благополучии, необходимо уточнять тот объект, которому приписывается данная категория, – человек, малая или большая социальная группа, население отдельной территории или общество в целом.

Таким образом, социальное благополучие является сложной категорией, сформировавшейся на стыке различных научных дисциплин. Анализ сложившихся подходов к пониманию сущности социального благополучия позволяет определить его как:

- высшую социальную ценность, идеальное состояние, к которому стремится общество и социальное государство (Аристотель, Платон, Т Парсонс, Э. Дюркгейм, К. Маркс.);
- личную ценность – желание человека удовлетворить свои социальные потребности и быть благополучным в обществе в объективном плане и в субъективных ощущениях благополучия (А. Маслоу, К. Роджерс, М. Аргайл);

- цель социальной политики и социальной работы по достижению желаемого оптимального состояния общества (Л. фон Штейн, Дж. Кейнс, В. Ойкен, А. Пигу);
- медицинскую категорию, отражающую физическое и психическое состояние человека, его здоровье (Всемирная организация здравоохранения, Н. М. Амосов, Г. П. Апонасенко, И. А. Аршавский);
- комплексный критерий, характеризующий уровень социального, экономического, политического и культурного развития общества (И. В. Мерзлякова, И. В. Бабаян, Е. И. Пашинина).

Из имеющихся в современной отечественной литературе определений социального благополучия можно выделить несколько подходов, раскрывающих различные стороны этого явления.

По определению Е. А. Попова, социальное благополучие – «это пространство существования человека, которое в большей степени обусловлено вполне реальными показателями экономического и социального общественного развития» [3, с. 16].

Отечественный исследователь И. Мерзлякова определяет социальное благополучие как «интегральный показатель эффективности функционирования социальной сферы, отражение социального самочувствия, уровня благосостояния, качества жизни населения, индикатор социальной безопасности общественной системы» [4, с.4]. Также она определяет социальное благополучие в категориях личной и общественной ценности: «социальное благополучие – высшая социальная ценность, социальный идеал, область социальной оптимальности, с которой связаны жизненно важные интересы человечества» [5, с.20].

Исследователи И. В. Бабаян, Е. И. Пашинина также понимают социальное благополучие как «комплексную характеристику социального положения и самочувствия человека в соответствии с личными и общественными представлениями об оптимальном удовлетворении материальных и социальных потребностей, доступности возможностей для обеспечения и развития человека, его функционирования в параметрах уровня и качества жизни» [6, с.121].

В социальных науках можно считать устоявшимся мнение о двухкомпонентной структуре социального благополучия, включающего объективные условия существования человека и общества, а также субъективные оценки этих условий. В английском языке существуют два варианта понятия социальное благополучие: «socialwelfare» и «socialwell-being», первое отражает общественные и объективные аспекты благополучия и может быть переведено как «социальное благосостояние», второе относится к субъективным характеристикам благополучия и самочувствия человека. Стоит отметить, что эти два компонента образуют единую систему, в которой достижение социального благополучия общества невозможно без обеспечения соответствующего состояния отдельного индивида и наоборот.

Также в структуре социального благополучия выделяют множество взаимосвязанных компонентов: физическое здоровье, доходы и благосостояние, социальные отношения, отсутствие депрессии, работа и свободное время (Глобальный индекс благополучия Gallup–Healthways [7]); профессиональное, социальное, финансовое, физическое и благополучие в среде проживания (Дж. Хартер, Т. Рат [8]); материальное, физическое, социальное благополучие в узком смысле, эмоциональное и профессиональное благополучие (Е. Ю. Костина [9]).

Особое место в структуре социального благополучия занимает такой компонент, как безопасность. Е.Ю. Костина отмечает: «Важной основой для социального благополучия выступает социальная безопасность, которая, в свою очередь, является результатом деятельности органов государственной, региональной и муниципальной власти, ведь именно она позволяет выбрать стратегию взаимодействия государства и человека, государства и общества» [9, с. 11].

Авторы коллективной монографии «Основы социологии терроризма» дают такое определение: «Безопасность может быть определена, в предварительном плане, как сетевая устойчивая совокупность необходимых и достаточных факторов, надёжно обеспечивающих: достойную жизнь каждого человека; защищённость всех структур

жизнеспособности семьи, общества и государства; их цели, идеалы, ценности и интересы, их культуру и образ жизни, справедливость, традиции от неприемлемых рисков, от внутренних и внешних вызовов и угроз; способность эффективно предотвращать формирующиеся опасности на основе культуры компромисса по поводу благополучия и справедливости для всех» [10, с.13].

Социальная безопасность может быть раскрыта как одна из базовых потребностей человека и как возможность достижения нормального уровня и качества жизни населения.

С точки зрения концепции социального благополучия, социальная безопасность выступает как самостоятельный структурный компонент системы социального благополучия, так и в качестве характеристики других составляющих этого феномена – экономической, правовой, культурной и т.д. В этом смысле можно говорить о необходимости обеспечения физической, экологической, экономической, политической, правовой и культурной безопасности как условия социального благополучия человека и общества.

Современные общества функционируют в условиях высоких экономических, политических и геополитических, культурных и социальных рисков, а протекающие в современном глобализирующемся мире социальные процессы могут быть описаны как турбулентность [11], «тектонический процесс глобальной трансформации» [12] и «погружение в хаос» [13]. Ситуация кризиса, наблюдаемого во многих сферах жизни общества, в том числе в финансово-экономической, геополитической, духовно-культурной, является источником новых опасностей для социального благополучия человека и общества. Таким образом, в настоящее время социальное благополучие населения отдельных стран и территорий оказывается под угрозой вследствие процессов и явлений, связанных с нарастанием энтропии и флуктуаций социальных систем, разбалансировки и дегармонизации социальных отношений.

Еще одним важным фактором, негативно сказывающимся на социальном благополучии человека и общества в современных условиях, является кризис идей социального государства. Высокие социальные стандарты качества и уровня жизни в европейских странах, США и России, заданные в условиях роста экономики в конце XX – начале XXI века, стали трудно достижимы в условиях мирового финансового кризиса и нарастающих миграционных потоков. Пересмотру подлежит и система перераспределения общественных благ, и роль государства в организации и предоставлении социальных услуг. На смену льготам и пособиям приходит концепция безусловного базового дохода (Д. Равентос, Э. Шмидт, Д. Хэни), а основная нагрузка по оказанию социальных услуг ложится на негосударственные организации и частный сектор. Таким образом, в современных условиях становится неизбежным поиск наиболее эффективных способов и форм достижения социального благополучия, а нестабильность современных обществ и неспособность традиционных социальных институтов быстро адаптироваться к изменениям порождают новые угрозы социальной безопасности как ключевому элементу социального благополучия.

Одним из наиболее опасных явлений, порождаемых описанными выше кризисными процессами, являются экстремизм и терроризм. Россия находится в зоне риска, вероятность проявления экстремистских настроений высока, что обусловлено многонациональным и многоконфессиональным характером государства. Согласно данным официальной статистики, опубликованным Главным информационно-аналитическим центром МВД России, только за первое полугодие 2016 года зарегистрировано 1313 преступлений террористического характера и 830 преступлений экстремистской направленности. В стране действует более 64 экстремистских организаций, при этом более 80 % привлекаемых к уголовной ответственности за совершение преступлений экстремистской направленности составляют молодые люди в возрасте от 14 до 22 лет [14].

Современные исследователи под экстремизмом понимают широкий спектр явлений в разных сферах жизни общества, что делает практически невыполнимой задачу поиска исчерпывающего определения экстремизма, удовлетворяющего всех специалистов, занимающихся изучением данного феномена. Большая часть

исследователей полагает, что ключевым фактором формирования экстремизма как феномена социальной реальности являются противоречия, перманентно и объективно присущие человеческому обществу (Ф. П. Васильев, В. И. Власов, Н. В. Волков, А. С. Грачев, В. И. Красиков, И. Л. Морозов).

Для России, уникального многонационального государства, экстремизм особенно опасен, поскольку угрожает мирному сосуществованию различных этнических и социальных групп, пытается посеять недоверие и разлад среди населения страны, посягает на основные принципы государственного устройства.

Экстремизм и терроризм являются угрозой как объективным составляющим социального благополучия (жизнь и физическое здоровье, материальная обеспеченность и т. д.), так и субъективной компоненте – социальному самочувствию, ощущению и восприятию мира и происходящих процессов как угрожающих, опасных. Как отмечают И. Ю. Киселев и А. Г. Смирнова, «субъективная составляющая угрозы отражена в когнитивных, эмоциональных и поведенческих последствиях переживания событий. Иначе говоря, несмотря на то, что источники опасности локализованы во внешней физической среде, они обретают реальность в качестве интерпретаций, страхов, практик членов общества» [15, с.48].

М.И. Витяковская определяет закономерности возникновения социальных страхов по поводу терроризма и экстремизма следующим образом: «Увеличение числа и степени выраженности социальных страхов происходит в периоды эскалации террористических угроз, социальных кризисов, тревога же возникает как предчувствие кризиса, на начальных этапах его развития» [16, с.3].

Для анализа субъективного восприятия социальной безопасности как компонента социального благополучия ВЦИОМ предложил новый показатель – «индекс страхов», в котором по итогам 2016 года значимым для россиян стал фактор внешней угрозы [17].

Согласно опросу, проведенному «Левада-центром» в 2015 году, почти половина (48 %) россиян предполагала, что теракты возможны, и более половины опрошенных (58 %) очень боялись либо опасались, что и сами могут стать жертвами терактов [18]. Согласно анализу, проведенному компанией «Медиалогия», по теме «терроризм» на федеральном ТВ и в прессе за 5 лет зафиксировано около 60 тыс. сообщений. «Пик» упоминания темы приходится на 2015 год, зафиксировано более 20 тыс. сообщений [18]. Все это свидетельствует о значимости угрозы терроризма и экстремизма для социального благополучия российского общества как в объективном, так и в субъективном аспектах.

Говоря о причинах экстремизма и терроризма в связи с проблемами обеспечения социального благополучия, нужно понимать сложную взаимосвязь этих явлений. Терроризм и экстремизм, с одной стороны, выступают как угрозы социальному благополучию человека и общества, препятствуют нормальному функционированию социальных институтов и развитию социальных систем.

С другой стороны, социальное неблагополучие является одним из ключевых факторов возникновения и развития этих радикальных явлений. Оно порождает маргинальность, чувство незащищенности, депривации, неудовлетворенности и недовольства, формирует скрытый или открытый протест, становясь почвой для роста экстремистских настроений и распространения идеологии терроризма. В этом контексте социальное благополучие является необходимым условием поддержания стабильности общества и всех социальных систем, а его обеспечение – важнейшей задачей государства не только с точки зрения социальной политики, но и с позиций национальной безопасности.

В заключение отметим, что системные характеристики социального благополучия, а также его неразрывная и сложная взаимосвязь с социальной безопасностью остро ставят вопросы поиска, формирования и реализации адекватных мер по его обеспечению как органами государственной власти, так и институтами гражданского общества.

Ссылки / Reference

- [1] Бентам Й. Введение в основания нравственности и законодательства. М., 1998.
- [2] Аргайл М. Психология счастья. М., 1990.
- [3] Попов Е. А. Социальное благополучие человека в научном дискурсе // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. 2010. № 2. – С. 16-23.
- [4] Мерзлякова И. В. Теоретико-методологические основы социологического анализа социального благополучия населения региона: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. Барнаул, 2007.
- [5] Мерзлякова И. В. Социальное благополучие населения региона: методология и методика исследования. Чита: ЗабГГПУ, 2009.
- [6] Бабаян И. В., Пашина Е. И. Социальное благополучие современной молодежи (Вторичный анализ данных всероссийских опросов) // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2016. № 1. С.121-132.
- [7] Gallup Inc., Healthways Inc. State of global well-being. Results of the Gallup–Healthways Global well–being index, 2014.
- [8] Хартер Дж., Рат Т. Все отлично! Пять элементов благополучия. М.: Альпина Паблишер, 2015.
- [9] Костина Е. Ю. Социальное благополучие и социальная безопасность в условиях глобализации современного общества // UNIVERSUM: общественные науки. 2015. № 6. С. 11-20.
- [10] Основы социологии терроризма. Коллективная монография. М.: МГУ, 2008.
- [11] Полулях Д. С. Турбулентность в современной мировой политике: дискурсы и практика: Дис. ... кандидата политических наук. М., 2016.
- [12] Путин В. В. Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить // Известия. 2012. 16 янв. URL: <http://izvestia.ru/news/511884> (дата обращения: 21.01.2017).
- [13] Иноземцев В. Л. Теория большого хаоса // Российский совет по международным делам. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=5720#top-content (дата обращения: 21.01.2017).
- [14] Состояние преступности в России за январь – июнь 2016. Доклад МВД РФ. М., 2016.
- [15] Смирнова А. Г., Киселев И. Ю. Механизмы конструирования угрозы в межгосударственных отношениях // Вестник социально-политических наук. 2014. № 13. С. 48-53.
- [16] Витяковская М. И. Социальные страхи как предмет социологического исследования: Автореф. дис. ... кандидата социологических наук. М., 2006.
- [17] Индекс страхов // ВЦИОМ. URL: http://wciom.ru/news/ratings/indeks_strahov/ (дата обращения: 18.01.2017).
- [18] Опрос Левада-центр. URL: <http://www.levada.ru/2015/11/13/terakty/> (дата обращения: 18.01.2017).

УДК 316

Процесс социализации молодёжи через призму социологической теории

В. В. Загребин*Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова**E-mail: vladimir_zagrebin@mail.ru**Научная статья*

В статье рассматриваются как классические социологические теории, так и современные концепции, объясняющие природу процесса социализации молодёжи. Анализируются понятие, социальные и психологические факторы, виды, каналы социализации, процесс социальной идентичности как один из этапов социализации, а также сгруппированы процессы, нарушающие позитивный ход социализации, приводящие к девиантным практикам молодёжи.

Ключевые слова: социализация; молодёжь; инклюзия; контрсоциализация; социальная идентичность; ресоциализация; девиантное поведение

Изучение молодежи как в социологических, так и в психологических науках неразрывно связано с дефиницией «социализация». Понятие социализации включает в себя процессы, а также результаты становления, формирования и развития личности и является предельно широким.

В теориях социализации, прежде всего, нечётко сформулировано само определение «социализация», отсутствует единство во взглядах представителей социологических школ, не хватает анализа длительности, форм, механизмов и содержания данного процесса. Последователи бихевиоризма (А. Бандура, Э. Торндайк, Б. Скиннер и др.) определяли социализацию как процесс обучения, неразрывно связанный с реакцией индивида на возникающие стимулы. Странники символического интеракционизма (Г. Блумер, Дж. Мид и др.) характеризовали социализацию как результат субъективной интерпретации индивидуальных стимулов и действий других лиц в процессе символического взаимодействия. Представители социолингвистического похода (Б. Бернстайн, Э. Сепир и др.) трактовали социализацию как процесс включения индивида в общество и приобщения его к разнообразным социокультурным смысловым контекстам при помощи речевых кодов и вербальной знаковой системы. В рамках структурного функционализма (Р. Дарендорф, Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, П. Сорокин и др.)

The process of socialization of young people through the prism of sociological theory

V. V. Zagrebin*P. G. Demidov Yaroslavl State University**Scientific article*

In the article the classic sociological theories and modern conceptions, which explain the nature of the youth socialization process, are under discussion. The notion itself, social and psychological factors, types, channels of socialization, process of social identity as one of the stages of socialization are analyzed. The processes, which violate the positive progress of socialization and result in deviant practices of the youth, are considered and grouped together.

Keywords: youth; socialization; inclusion; counter socialization; social identity; resocialization; deviant behavior

Для цитирования: Загребин В. В. Процесс социализации молодёжи через призму социологической теории // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 42–49

For citation: Zagrebin V. V. The process of socialization of young people through the prism of sociological theory. *Social'nye i humanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 42–49. (in Russ.)

содержание данного процесса сводится к усвоению ценностей, норм, верований, передаче культуры, дисциплинирующему воздействию социума и ролевой адаптации [1–8].

Существует ряд концепций, объединяющих несколько подходов для целостного восприятия процесса социализации. Так, Н. Смелзер [9] определяет социализацию как процесс формирования умений и социальных установок индивидов в соответствии с их социальными ролями. К. В. Рубчевский [10] трактует социализацию как результат диалектического взаимодействия индивида и общества, процесс вхождения индивида в социальные структуры посредством усвоения социально необходимых качеств.

Социализация чаще всего рассматривается как основа развития общества, так как с её помощью происходит передача культурных кодов от поколения к поколению. Социализация также трактуется как интернализация социальных норм, то есть социальные ценности, нормы и установки не просто навязываются индивиду обществом, а постепенно становятся частью его внутреннего «Я». Таким образом, индивид начинает ощущать потребность соответствовать определённым социальным нормам. Социализация изучается и как неотъемлемый элемент взаимодействия. Индивиды стремятся укрепить своё представление о себе через одобрение своего статуса в глазах других индивидов, в этом случае социализация осуществляется в соответствии с ожиданиями других людей [11].

Более широкое определение представлено в социологических энциклопедических изданиях [12, 13]. Согласно данному источнику, социализация изучается не только как комплекс взаимосвязанных процессов усвоения, но и как воспроизводство индивидом необходимого социокультурного опыта для полного включения в социальную жизнь, развития соответствующих свойств и качеств индивида, его становления как конкретно-исторического типа личности и субъекта социокультурных практик.

В целом рассмотренные дефиниции социализации позволяют выделить основные направления в изучении этого процесса.

Социализация рассматривается как:

- *саморазвитие личности;*
- *освоение определённых наборов ценностей и норм;*
- *адаптация индивида к социальной среде;*
- *формирование личности по заданному идеальному типу.*

В.А. Луков [14], синтезируя идеи структурного функционализма и символического интеракционизма, предлагает тезаурусный подход к пониманию процесса социализации современной российской молодёжи. Он считает, что тезаурусная концепция позволяет преодолеть некоторые противоречия социологических взглядов. Выделим основные положения, раскрывающие суть данного подхода:

- тезаурус является индивидуальной конфигурацией ориентационной информации, включающей в себя знания и установки. Эта конфигурация складывается в результате воздействия социальных факторов, обеспечивая ориентацию индивида в различных ситуациях и на различных социальных уровнях;
- социальность осваивается по принципу идентичности, при этом происходит разделение на «своих» и «чужих», а также выработки определённой позиции по отношению к конкретным моментам социальной жизни;
- адаптация и интериоризация как этапы процесса социализации в аспекте формирования тезауруса предполагают следующую последовательность: отделение «чужого» и установление дистанции; переработка «своего» в тезаурусе;
- передача социального опыта и выработка нового социального опыта протекают в рамках тезаурусных конфигураций. В этих рамках учитываются макросоциальные (структурно-функциональные, ситуативные) и микросоциальные (статусно-ролевые, групповые, ситуативные) влияния. С учётом конкретных жизненных концепций определяется преимущество тех или иных влияний;

- тезаурусы агентов социализации влияют на ход (направленность, фазы, скорость) и результативность данного процесса. Результативность социализации определяется в соответствии с тезаурусной структурой, характерной для конкретного социума.

Тезаурусный подход в большей степени учитывает воздействие объективных условий на формирование структуры тезаурусов, то есть воздействие на индивида в условиях конкретного социального мира, в результате чего и складывается определённый стилевой образ жизни человека.

Социализация представляет собой, с одной стороны, процесс усвоения социальных образцов поведения, ролей, определенных социальных позиций, социального статуса, традиций, ценностей и т. д., с другой – процесс формирования собственного социокультурного опыта и личной идентичности. В процессе социализации от социума к индивиду идёт трансляция для усвоения ценностей, норм, установок, а также осуществляется целенаправленное или стихийное воздействие и социальный контроль. Вместе с тем на индивидуальном уровне происходит принятие социокультурного опыта и овладение им, за счет чего формируются личностные структуры. Успешность социализации играет немаловажную роль в развитии общества. Следовательно, социализация может рассматриваться как системообразующий процесс, наряду со стратификацией.

Процесс социализации во многом обусловлен способом функционирования социализирующих институтов и их потребностью в эффективной передаче социального опыта [15]. При этом индивид не просто усваивает социальный опыт, но и преобразовывает его. Для социализации требуются три составляющих: ожидания, изменение поведения и желание соответствовать данным ожиданиям, при сочетании которых процесс социализации протекает успешно.

И. В. Солодникова [16] предлагает объединить социально-психологические факторы социализации в два блока:

- *социальные факторы*, отражающие социально-культурный аспект (набор статусов и ролей, совокупность социальных институтов, в рамках которых индивид может формировать свои социальные качества и т. п.);
- *индивидуально-личностные факторы*, которые в основном определяются этапом жизненного пути индивида (индивидуальный выбор определённых образцов поведения или деятельности, проявление гендерных особенностей, доминирующих в конкретном обществе).

Представители социального конструктивизма П. Бергер и Т. Лукман [17] определяют социализацию как всестороннее и последовательное вхождение индивида в объективный мир общества или отдельную его часть. По их мнению, социализацию необходимо разделять на *первичную* и *вторичную*.

Первичная социализация охватывает период детства и происходит в семье и неформальных группах. Здесь главными агентами социализации являются родители, воспитатели, группа сверстников. Механизм первичной социализации подразумевает овладение языком, а также освоение бинарных оппозиций, на которых строятся интерпретационные схемы: «хороший – плохой», «можно – нельзя» и т. д. Обобщение этих моделей позволяет ребенку освоить роль, предлагаемую ему взрослыми. Вместе с ролью он интернализирует ценности и установки взрослых, расширяя запас своего социального знания, и конструирует своё «Я», возможное лишь в том мире, который передали ему взрослые [18].

Вторичная социализация осуществляется в формальных группах, ей сопутствуют формальный контроль и формальные санкции. В данном случае функцию агентов социализации выполняют социальные институты, такие как школа, институт, армия и т. д., и, соответственно, учителя, тренеры, наставники, начальники. Важным фактором, влияющим на социализацию подростков, являются также средства массовой информации. В современных условиях сознанием детей манипулируют телевидение и особенно Интернет, в частности через общение сверстников посредством социальных сетей [19].

Вопрос о том, где заканчивается первичная социализация и начинается вторичная, неоднозначен. С позиции социального конструктивизма, П. Бергер и Т. Лукман связывают вторичную социализацию непосредственно с вхождением индивида в систему социальных институтов и разделением труда. Вторичная социализация обеспечивает процесс усвоения индивидом специфического знания, прямо или косвенно связанного с разделением труда, посредством социальных институтов. Многие исследователи утверждают, что вторичная социализация начинается с поступлением ребенка в школу. С этой точки зрения принято считать, что ведущим агентом первичной социализации является семья, а вторичной – система образования [20].

Рассматривая природу социализации, нельзя оставить без внимания процесс становления социальной идентичности молодёжи. Теория социальной идентичности предложена зарубежными учёными в области социальной психологии Дж. Тернером, Г. Тэшфелом, Х. Тэджфелой [21–23]. Согласно данной теории, индивиды причисляют себя и окружающих к различным социальным категориям. Эти категории могут быть возрастными, гендерными, социально-экономическими, религиозными, культурными, профессиональными, этническими или национальными и т. д. Социальная идентичность включает принятие ценностей группы, понимание, переживание и оценивание своего членства в ней, формирующееся в процессе социализации под влиянием основных агентов социализации и социальных условий [24]. В зависимости от того, какая самоидентификация состоялась, другие в той или иной степени ожидают определенного поведения, проявления интересов, соблюдения норм и ценностей. Причем некоторые психологи и социологи используют термины «социальная идентичность» и «групповая идентичность» как взаимозаменяемые [25].

Социальная идентичность формируется в три этапа [26]:

1) Социальная категоризация – проходит путём упорядочивания социального окружения индивида. Социальная категоризация, в свою очередь, выполняет две функции:

- позволяет мысленно сегментировать и упорядочить социальную среду, обеспечивая индивида системой критериев для определения других людей;
- позволяет индивиду определить «своё» место в социальном окружении.

2) Социальная идентификация – протекает путём позиционирования себя в той или иной социальной группе.

3) Социальная идентичность – происходит полное социальное отождествление индивида с группой.

Ряд учёных указывает на три институциональных механизма, влияющих на формирование социальной идентичности, прежде всего это семья, система образования и средства массовой информации [27, 28].

С этой точки зрения, семья рассматривается как важнейший агент первичной социализации, посредством которого индивид усваивает базовые установки и ценности, формирует духовно-нравственные идеалы, определяет жизненные приоритеты, которые позволяют ему создать представление об окружающем социальном мире. В свою очередь, система образования обеспечивает процесс трансляции социокультурных норм, ценностей, адаптации, ролевых моделей поведения и усвоения индивидами социальных установок и ожиданий. Кроме того, в настоящее время к ведущим агентам социального влияния на молодого человека относят средства массовой информации. К ним можно отнести Интернет, телевидение, печатные издания, радио. Именно средства массовой информации предоставляют современной молодёжи большой простор для поиска оснований социальной идентификации.

Процесс социализации протекает всю жизнь человека. Как отмечает И. А. Григорьева: «...трудно быть молодым, и взрослым, и пожилым, но это определяется не столько возрастом, сколько особенностями социальной среды, в которой протекают процессы социализации» [29, с.64]. Изменения в социальном положении и адаптация к новому статусу, происходящие в зрелом возрасте, овладение новыми ценностями и ролями для замены ранее недостаточно усвоенных или не соответствующих новой ситуации принято обозначать как «ресоциализацию». В одном из американских

социологических словарей ресоциализация трактуется как часть процесса социализации, которая происходит в течение всей жизни и включает в себя усвоение не встречаемых ранее взрослых ролей [30]. Ресоциализация может проявляться в чем угодно: от занятий по исправлению навыков чтения до профессиональной переподготовки людей, рабочие места которых уничтожены современными механизмами или изменившимися экономическими условиями.

Кроме рассмотренных выше разновидностей социализации (первичной, вторичной, социальной идентичности, ресоциализации), известный польский социолог Пётр Штомпка называет ещё четыре вида [31]:

- политическая социализация – включение в определенную политическую культуру, освоение правил игры, обязательных в сфере политики;
- превосходящая социализация – индивид не является членом определённой группы или ещё не занимает конкретные позиции, но субъективно идентифицирует себя непосредственно с ней, при этом индивид «примеряет на себя» роли, свойственные конкретной данной группе или лицам, занимающим данную позицию. Можно привести в пример снобизм – недавно разбогатевшие предприниматели, пытающиеся войти в элитарные круги;
- обратная социализация – влияние молодёжи на людей старшего поколения. Культурные и социальные изменения происходят чрезвычайно быстро, а консервативному старшему поколению, как правило, необходима помощь молодых для освоения всего нового. В качестве примера можно привести компьютерные курсы для пожилого населения, которые в настоящее время стали популярными среди россиян;
- контрсоциализация, или освоение девиантных ролей, – индивид овладевает определёнными ценностями, нормами и образцами контркультуры, противоположными тем, что доминируют в данном обществе. С точки зрения П.Штомпки, для того чтобы стать девиантом, необходимо освоить особые ценности и отказаться от норм, обязательных в данном обществе.

Несмотря на обилие разновидностей и каналов социализации, она не всегда протекает удачно. Дети могут вести себя наперекор взрослым и навязанным им нормам или менять направление социализации на многих этапах своего развития. Иногда может даже произойти полный провал социализации, принимающий различные формы: от эксцентричности до открытого сопротивления и протеста против ценностей и норм общества. Такая неудача социализации в обобщенном виде может служить основой для социальных изменений, например, для будущих поколений. Однако в современном российском обществе неудачная социализация молодежи чаще приобретает формы социальной отчуждённости, нелегитимного протеста и различных девиаций, сокращающих жизненные шансы и возможности молодых людей [19].

В социологии негативная социализация изучается в рамках феномена социального исключения (экслюзии). Первоначально термин «социальное исключение» был введён Р. Ленуаром для обозначения ситуаций, в которых находятся социально незащищённые группы населения, например люди с ограниченными возможностями, дети-сироты, безработные, пенсионеры, бездомные и другие отверженные [32]. Основной идеей в данном подходе является обоснование неравномерного распределения благ в обществе и доступа к его ресурсам, вследствие этого наступает недостаточное удовлетворение потребностей людей. В то же время социальное исключение рассматривается как процесс поэтапного нарушения позитивной социализации, связанный с выталкиванием или выводом индивида за пределы социальной группы и имеющий длительные негативные последствия. Например, перемещение подростка из обычной школы в коррекционную или вечернюю, как правило, сокращает возможность получения послешкольного образования. Согласно А.В. Дмитриевой [33], таким образом формируется путь практической реализации негативной социализации: «формирование криминальной карьеры», «отторжение», «стигматизация», которые по смыслу близки к исключению. Формирование стиля жизни «исключённого» часто связывают с нарушениями «правильной» социализации, которые происходят ещё в детском или подростковом

возрасте. Тем самым программируются жизненные представления, накладывающие отпечаток на всю последующую жизнь. На следующем уровне формируются «группы риска», например девиантные подростки.

В процессе идентификации молодой человек сталкивается с ситуацией исключения из социальных и институциональных взаимосвязей, что способствует нагнетанию неуверенности и появлению трудностей в процессе социализации и развития собственной идентичности. Жизненная ситуация молодых людей и их социальный опыт определенным образом влияют на их поведение, тем самым формируя широкий диапазон моделей девиантного поведения [34].

Негативная социализация проявляется в различных формах, направленных против доминирующих в обществе ценностей и норм, проявляющихся как на индивидуальном (замкнутость, гиперактивность, эксцентричность в одежде и т. д.), так и на социальном (различные субкультуры) уровнях.

В заключение статьи систематизируем процессы, нарушающие позитивный ход социализации (табл. 1).

Таблица 1

Процессы, приводящие к негативной социализации

Наименование процесса	Примеры последствий
«Неправильная» социальная идентичность	Молодые люди, идентифицирующие себя как членов группы с отклоняющимися нормами
Контрсоциализация	Подросток, являясь членом группы с доминирующими отклоняющимися нормами, усваивает эти нормы
Предвосхищающая социализация	Желая выглядеть взрослее в глазах сверстников, подросток начинает ходить в ночные клубы, пробовать алкоголь или сигареты
Социальное исключение	При исключении подростка из конформной группы он причисляется к девиантной группе
Аномичность общества	Такое общество предлагает для молодёжи множество альтернативных форм поведения

Таким образом, мы убедились, что существуют глубокие различия между многими социологическими объяснениями социализации молодёжи, рассматривающими данный процесс под разными углами. Однако большинство концепций сводится к тому, что результативность социализации в основном зависит от функционирования социализирующих инстанций и определяется их насущной потребностью в эффективной передаче социального опыта. К сожалению, несмотря на многочисленные каналы социализации, данный процесс не всегда протекает удачно. Неудачно протекающая социализация, в свою очередь, может приводить к формированию молодёжного девиантного стиля жизни.

Ссылки / Reference

- [1] Беличева С. А. Основы превентивной психологии. М.: Социальное здоровье России, 1994. 224 с.
- [2] Голованова Н. Ф. Социализация и воспитание ребенка. СПб.: Речь, 2004. 272 с.
- [3] Современная западная социология / Ю. А. Давыдов, М. С. Ковалев, Л. А. Седов, А. Ф. Филлипов. М.: Изд-во полит. лит-ры, 1990. с. 317.
- [4] Мид Д. Г. Избранное: Сб. переводов / РАН ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований. Отд. социологии и социал. психологии; Сост. и переводчик В. Г. Николаев. Отв. ред. Д. В. Ефременко. М., 2009. 290 с.
- [5] Плахов В. Д. Западная социология. От классики до постнеклассической науки. М.: Алетея, 2006. 384 с.

- [6] Санжаревский И. И. История, методология и техника исследования проблем общества и личности в социологии. Тамбов, 2012. 432 с.
- [7] Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / пер. с англ. М.: Прогресс, 1993. 653 с.
- [8] Blumer H. Collective behavior. Chapt. XIX-XXII / New outline of the principles of Sociology. N.Y., 1951. P. 167-221. (Перевод Д. Водотынского). URL: <http://www.hse.ru/data/2010/11/01/1223555925/Блумер.%20Коллективное%20поведение.doc> (дата обращения: 21.12.2016).
- [9] Смелзер Н. Социология: пер. с англ. М.: Феникс, 1994. 688 с.
- [10] Рубчевский К. В. Социализация личности: интериоризация и социальная адаптация // Общественные науки и современность. 2003. С. 147-151.
- [11] Андреева Г. М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000. 288 с.
- [12] Социология: Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. М.: Книжный Дом, 2003. 1230 с.
- [13] Социологический словарь: Пер. с англ. Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер / Под ред. С.А. Ерофеева. 2-е изд. М.: Экономика, 2004. 620 с.
- [14] Луков В. А. Тезаурусная концепция социализации // Знание. Понимание. Умение. 2007. № 6. URL: http://www.zpu-journal.ru/gum/new/articles/2007/Lukov_Val/6/ (дата обращения: 21.12.2016).
- [15] Greeson Johanna K. P. Foster Youth and the transition to adulthood. The theoretical and conceptual basis for natural mentoring // Youth & Society. March 2013. P. 40-51.
- [16] Солодникова И. В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. 2007. № 2. С. 63-75.
- [17] Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
- [18] Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию / пер. с нем. под общ. ред. Н. А. Головина, В. В. Козловского. СПб.: Алетейя, 2000. 268 с.
- [19] Загребин В. В. Подходы к определению категории «молодёжь» // Концепт. 2014. № 2. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14030.htm>.
- [20] Окольская Л. А. Социализация с точки зрения социального конструктивизма и теорий социального воспроизводства // Вопросы воспитания. 2010. № 1 (2). С. 25-33.
- [21] Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: МГУ, 1990. 240 с.
- [22] Turner J. The experimental social psychology of intergroup behaviour // Intergroup Behaviour. Oxford, 1981. P. 66-101.
- [23] Turner J. Social categorization and the self-concept: a social cognitive theory of group behaviour // Advances in Group Processes, 1985. V. 2. P. 77-121.
- [24] Чуланов В. А. Теоретические подходы в исследовании социальной идентичности // Вестник ЮРГТУ (НПИ). 2008. № 1. С. 5-13.
- [25] Ashforth B. E., Mael F. Social identity theory and the organization // Academy of management review. 1989. Vol. 14. Is. 1. P. 20-39.
- [26] Лескова И. В. Социализация и инкультурация как механизмы формирования идентичности личности // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2008. № 5. С. 19-24.

- [27] Микляева А. В., Румянцева П. В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. 118 с.
- [28] Муха В. Н., Литовка В. А. Влияние социальных институтов на процесс формирования социальной идентификации // Социосфера. 2012. URL: http://www.sociosfera.com/publication/conference/2012/124/vliyanie_socialnyh_institutov_na_process_formirovaniya_socialnoj_identichnosti/ (дата обращения: 21.12.2016).
- [29] Григорьева И. А. Социализация в процессах исключения/включения // Отечественные записки. 2006. № 3. С. 64–76.
- [30] The Blackwell dictionary of sociology. Cambridge, 2005. P. 233-234.
- [31] Штомпка П. Социология социальных изменений / Пер. с англ. М., 1996. 416 с.
- [32] Ленуар Р., Мерлье Д., Пэнто Л., Шампань П. Начало практической социологии / Пер. с фр. А. Т. Бикбова, Д. В. Баженова, Е. Д. Вознесенской, Г. А. Чередниченко; ред. Н. А. Шматко. СПб.: Алетея. 2001. 410 с.
- [33] Дмитриева А. В. Социальное включение/исключение как принцип структуризации современного общества // Социологический журнал. 2012. № 2. С. 98-115.
- [34] Загребин В. В. Социально опасные девиации современной молодёжи: теория и практика // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2014. № 3. С. 32-37.

УДК 316.35

Молодые инвалиды как социальная группа и объект социальной работы**И. Ф. Албегова, И. С. Корешкова***Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова**E-mail: alba50@yandex.ru, koreshkova.i.s@yandex.ru**Научная статья*

В работе обосновывается тезис о выделении в социальной структуре современного российского общества особой социальной группы – молодые инвалиды. Ее критериями являются возраст, наличие типа и вида инвалидности, уровень материальной обеспеченности, особые права, социально-демографический портрет, проблемы и потребности молодых инвалидов. Особенности молодых инвалидов как социальной группы объективно определяют их в качестве объектов современной социальной работы.

Ключевые слова: социальная структура; социальная группа; молодые инвалиды; критерии выделения; социально-демографический портрет; социальная работа; объект

Young people with disabilities as a social group and the object of social work**I. F. Albegova, I. S. Koreshkova***P. G. Demidov Yaroslavl State University**Scientific article*

The work substantiates the thesis of the allocation in the social structure of a modern Russian society a particular social group - young people with disabilities. Its criteria are age, the presence of type and type of disability, the level of material security, special rights, socio-demographic profile, concerns and needs of young people with disabilities. Especially people with disabilities as a social group to objectively define them as objects of modern social work.

Keywords: social structure; social group; young people with disabilities; selection criteria; socio-demographic profile; social work; object

Благодарности: Работа выполнена в рамках инициативной НИР ЯрГУ № ВИП-003

Молодежь является одной из представительных социально-демографических групп российского общества и составляет 30 % всего населения. Молодежь (лица в возрасте от 14 до 30-35 лет) способствует приросту населения, повышению уровня его образования, развитию инновационных видов деятельности, ее форм, методов и технологий. Она активно создает семьи, осваивает современную технику и технологии, которые активно внедряет в социальную практику. Теоретическое и практическое «...осознание молодежных проблем в качестве социальных стало итогом обширных и длительных исследований, разработки теорий молодежи и концептуальных основ молодежного движения, концепций молодежной политики, а в более широком смысле – итогом планомерных и спонтанных социализационных воздействий на подрастающее поколение. Изучение опыта таких исследований будет способствовать повышению эффективности управления в молодежной среде, актуализации технологической составляющей работы с молодежью в различных сферах (досуговая, профессиональная, политическая, экономическая, духовно-культурная и пр.)» [1, с.398].

Для цитирования: Албегова И. Ф., Корешкова И. С. Молодые инвалиды как социальная группа и объект социальной работы // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 50–54

For citation: Albegova I. F., Koreshkova I. S. Young people with disabilities as a social group and the object of social work. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 50–54. (in Russ.)

Молодежь – чрезвычайно дифференцированная социальная группа, в которой с использованием определенных критериев и признаков можно выделить группу молодых инвалидов. В современной статистике она до настоящего времени не получила своего отражения, что затрудняет анализ динамики ее количественных и качественных изменений. Тем не менее авторские исследования и наблюдения показали, что данная группа в силу объективных обстоятельств имела тенденцию количественного роста, обусловленного ухудшением репродуктивного здоровья российского населения, снижением качества медицинского обслуживания, обострением экологической обстановки, появлением принципиально новых и активным проявлением наследственных заболеваний и т. д. В начале 2015 года в связи с введением новых правил установления инвалидности число инвалидов, включая молодых, в отечественной статистике резко уменьшилось. Например, если в 2013 году государственную социальную помощь, по данным Пенсионного фонда Российской Федерации, получали 613 тыс. молодых инвалидов в возрасте 18–30 лет, то в 2015 году их численность уменьшилась до 572 тыс. [2].

В современной теории и практике российской социальной работы группа молодых инвалидов не получила заслуженного внимания. Она до сих пор не идентифицирована, не определены критерии ее выделения как отдельной группы в социальной структуре современного российского общества. До настоящего времени не определен социально-правовой статус молодых инвалидов, не изучены их проблемы, права и обязанности, не разработаны эффективные пути, формы, методы и технологии их абилитации, реабилитации и интеграции в российский социум.

Например, при изучении доступных источников и литературы авторами были выявлены следующие социальные аспекты жизнедеятельности молодых инвалидов, так или иначе освещаемые отечественными исследователями в своих работах. Наиболее полно изучена практика социальной работы с молодыми инвалидами в рамках деятельности различных социальных учреждений. В частности, в работе Т.Г. Ковковой и Ю.Н. Рюминой рассматриваются основные формы и методы социальной работы с молодыми инвалидами в стационарном учреждении [3]. О.М. Румянцева изучает инновационные технологии социального обслуживания молодых инвалидов в полустационарных учреждениях [4].

В работах Т. В. Барановой, Е. А. Шевченко, Е. Н. Храменко, О. Н. Веричевой представлен опыт организации социально-реабилитационной практики молодых инвалидов. В частности, в статье О. Н. Веричевой раскрыто содержание деятельности реабилитационных центров для молодых инвалидов, определена сущность понятия «социальная реабилитация молодых инвалидов» как социальной технологии [5]. Л. Н. Сидорова раскрывает профессиональную реабилитацию молодых инвалидов, а именно профессиональную ориентацию, профессиональное образование и профессионально-производственную адаптацию, что способствует конкурентоспособности инвалидов на рынке труда [6]. И. Н. Грушецкая изучает содержание организации досуговой деятельности молодых инвалидов [7].

Тем не менее авторами не найдены работы, в которых молодые инвалиды изучаются как отдельная социальная группа, имеющая свои характеристики и критерии выделения, а также как объект социальной работы.

В связи с этим целью данной статьи является подбор, описание, анализ и использование критериев выделения молодых инвалидов как социальной группы современного российского общества и их изучение как объекта современной социальной работы в России.

Основными критериями выделения социальных групп всегда были пол; возраст; состояние здоровья; характер, содержание и условия труда; уровни материальной обеспеченности и социально-политической активности, отношение к власти и т. д. Эти критерии позволяют обозначить и исследовать такие группы российского населения, как дети, взрослые и пожилые люди, инвалиды, учащиеся и т. д. [8, с.30].

При выделении группы молодых инвалидов в социальной структуре современного российского общества авторы, прежде всего, использовали такой традиционный критерий, как возраст. В распоряжении Правительства Российской Федерации «Основы

государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» под термином «молодежь» понимается социально-демографическая группа, выделяемая на основе возрастных особенностей, социального положения и характеризующаяся специфическими интересами и ценностями. Эта группа включает лиц в возрасте от 14 до 30 лет, а в некоторых случаях, определенных нормативными правовыми актами Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, до 35 и более лет, имеющих постоянное место жительства в Российской Федерации или проживающих за рубежом (граждане Российской Федерации и соотечественники) [9]. В соответствии с указанным законом в изучаемую социальную группу молодых инвалидов входят индивиды (граждане) в возрасте от 14 до 30–35 лет.

Возраст как критерий для выделения конкретных групп дает возможность определить внутри группы молодых инвалидов две подгруппы: лица в возрасте от 14 до 18 лет и непосредственно молодые инвалиды в возрасте от 18 до 30–35 лет. «При этом обозначение нижней возрастной границы в 18 лет обусловлено тем фактом, что в соответствии с российским законодательством инвалиды до 18 лет имеют статус «ребенок-инвалид» [10, с.24]. Верхняя возрастная граница группы молодых инвалидов 30-35 лет обусловлена содержанием нормативных документов Правительства Российской Федерации. Определение нижней и верхней возрастных границ данной социальной группы имеет принципиальное значение для организации социальной работы с молодыми инвалидами, разработки для них индивидуальных программ реабилитации, абилитации и адаптации, привития им навыков самообслуживания, социально-приемлемых форм поведения в общественных местах и быту.

Особым критерием выделения группы молодых инвалидов является наличие у молодого человека статуса инвалида, который определяется различными видами заболеваний систем кровообращения, дыхания и пищеварения, опорно-двигательного аппарата, нарушениями обменных процессов или функций органов чувств, психическими заболеваниями. Список хронических заболеваний, дающих право на получение инвалидности, находится в динамике, постоянно корректируется и уточняется. При этом типы и виды заболеваний, их различные сочетания, степень выраженности и тяжесть последствий для наличных функций организма позволяют дифференцировать группу молодых инвалидов более глубоко. В настоящее время молодой человек может получить I, II или III группу инвалидности как временно, так и пожизненно, без права переосвидетельствования. В данном случае группа инвалидности, по мнению авторов, также служит одним из критериев выделения отдельных подгрупп внутри группы молодых инвалидов.

Другим важным критерием для выделения группы молодых инвалидов является уровень их материальной обеспеченности. Прежде всего, они получают государственную социальную поддержку в виде пенсии, размер которой зависит от группы инвалидности и вида пенсии (страховая пенсия по инвалидности, пенсия по государственному пенсионному обеспечению инвалидности или социальная пенсия по инвалидности). Молодые инвалиды имеют право и на ежемесячную денежную выплату, соответствующие льготы и пособия. К их числу, например, относятся льготный проезд на общественном транспорте, в том числе к месту санаторно-курортного лечения, санаторно-курортное лечение, обеспечение лекарственными препаратами, средствами реабилитации, ортопедической обувью и т. д. Они имеют право на некоторые бесплатные социальные услуги в объемах, установленных государством (например, для молодых инвалидов, имеющих ограничения по слуху, – услуги сурдопереводчика).

Другим критерием выделения группы молодых инвалидов является наличие у ее представителей как общечеловеческих прав и свобод, так и особых потребностей, удовлетворение которых является одним из условий их полноценного функционирования и активной жизнедеятельности. Именно этот момент подчеркивается в Конвенции ООН о правах инвалидов, целью которой является поощрение, защита и обеспечение полного и равного осуществления всеми инвалидами всех прав человека и основных свобод, а также поощрение уважения присущего им достоинства [11].

По мнению авторов, все молодые инвалиды имеют своеобразный социальный портрет, который также может служить критерием выделения их в качестве отдельной социальной группы. Например, его составляют уровень образования, который ниже, чем у российской молодежи в целом, наличие или отсутствие семьи, ее состав, особенности воспитания и поведения, формы проявления нарушений поведения, особенности характера и общения.

Социально-демографические особенности молодых инвалидов и критерии их выделения как особой социальной группы позволяют авторам аргументированно обозначить их в качестве объекта современной социальной работы. Это в полной мере соответствует государственной стратегии в области социальной политики в интересах инвалидов, в том числе молодых, и тактике их социальной поддержки в регионах.

Современная социальная работа отличается многообразием своих субъектов или носителей данного вида деятельности, а также объектов, которые имеют схожие социально-демографические характеристики и проблемы. Все молодые инвалиды обладают, прежде всего, общими характеристиками и потребностями, связанными с их возрастными особенностями. Среди них потребности в общении со здоровыми сверстниками и друг с другом, в обучении и занятости, освоении информационно-коммуникационных технологий и их использовании в повседневной жизни.

Другим аргументом обозначения молодых инвалидов в качестве объектов социальной работы стало наличие у них общих проблем: экономических, социальных, личных и т. д. Например, индивидуально-личностные проблемы молодых инвалидов зависят от возраста, типа заболевания, времени и тяжести его протекания, наличия или отсутствия семьи, родственников, друзей и т. п. Они, как правило, не вербализуются, в отличие от общих проблем молодых инвалидов, часто известны лишь самим молодым людям или их родственникам, а иногда даже самими инвалидами не осознаются. В этом плане социальный работник выполняет функции диагноста индивидуально-личностных проблем молодых инвалидов, помогает им осознать и принять данную проблему, а также совместно определить пути ее решения.

Таким образом, в современном российском обществе молодые инвалиды составляют особую социальную группу. Для ее выделения в социальной структуре используются такие критерии, как возраст, тип и тяжесть хронических заболеваний, уровень материальной обеспеченности, особые права, своеобразный социальный портрет и особенности личности молодого инвалида. Все это позволяет аргументированно и закономерно определить молодых инвалидов как объект современной социальной работы, требующий особых методов, форм и технологий их адаптации, реабилитации и интеграции в современный социум. Дальнейшее исследование молодых инвалидов как социальной группы и объектов социальной работы является не только теоретически значимым, но и практически востребованным. Принципиальным становится изучение социально-демографического портрета молодых инвалидов, выявление их потребностей, анализ коммуникаций и технологий их установления, поддержания и развития.

Ссылки / Reference

- [1] Киселев И.Ю. Социология в Ярославском государственном университете им. П. Г. Демидова: опыт образовательной и научной деятельности // Россия реформирующаяся. 2015. № 13. С. 382-403.
- [2] Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 21.11.2016).
- [3] Ковкова Т.Г., Рюмина Ю.Н. Специфика социальной работы с молодыми инвалидами в стационарном учреждении // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2013. № 4. С. 192-196.
- [4] Румянцева О.М. Инновационные технологии социального обслуживания молодых инвалидов в полустационарных учреждениях // Специфика профессиональной

- деятельности социальных работников / Под общей редакцией проф. З.Х. Саралиевой. Н.Новгород, 2015. С. 348-351.
- [5] Веричева О.Н. Социальная реабилитация молодых инвалидов как основа интеграции их в общество // Отечественный журнал социальной работы. 2012. № 1. С. 76-82.
- [6] Албегова И.Ф. Геронтогруппа: критерии выделения и характеристики в условиях современного российского общества // Социальные и гуманитарные знания. 2015. № 1. С. 30-34.
- [7] Грушецкая И.Н. Содержание досуговой деятельности молодых инвалидов // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия Гуманитарные науки: Педагогика. Психология. Социальная работа. Акмеология. Ювенология. Социокинетика. 2011. № 3. С. 170-172.
- [8] Сидорова Л.Н. Профессиональная реабилитация инвалидов // Социальная работа. 2007. № 2. С. 16-17.
- [9] Распоряжение Правительства Российской Федерации «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» от 29 ноября 2014 г. № 2403-р. URL: <http://www.garant.ru/> (дата обращения: 28.11.2016).
- [10] Албегова И.Ф., Корешкова И.С. Социальная работа с молодыми инвалидами: основные направления, формы, методы и технологии // Вестник социально-политических наук. 2016. № 11. С. 23-26.
- [11] Концепция ООН о правах инвалидов от 13 декабря 2006 года. URL: <http://www.un.org/> (дата обращения: 28.11.2016).

УДК 316

**Влияние социальной активности
молодёжи на её позиции
на рынке труда****А. И. Балог***Нижегородский государственный университет
имени Н. И. Лобачевского – национальный
исследовательский университет**E-mail: anzhela_balog@mail.ru**Научная статья*

Статья посвящена анализу влияния социальной активности молодёжи на её позиции на рынке труда. Для анализа указанного влияния рассмотрены результаты анкетирования и интервью, проведённого со студентами и выпускниками вузов города Кирова. Проанализированы отношение представителей молодого поколения к работе, в том числе к самозанятости, намерения работать по своей специальности и в целом уровень и сферы трудовой занятости молодёжи.

Ключевые слова: социальная активность; молодёжь; работа; занятость; анкетирование; интервью

**The influence of social activity
of young people on its position
on the labour market****A. I. Balog***Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod**Scientific article*

The article is devoted to analysis of the influence of social activity of young people on its position on the labour market. For analysis of the specified influence the results of questionnaires and interviews conducted with students and graduates of the universities of Kirov. The attitude of the younger generation to work, including self-employment, and intentions to work in their specialty and in general, the level and spheres of youth employment were analyzed.

Keywords: social activity; youth; job; employment; survey; interview

Современный рынок труда предъявляет к потенциальным и действующим работникам всё больше требований. В сегодняшних реалиях наибольшую ценность представляют работники, способные быстро перестраиваться на новый вектор деятельности, готовые постоянно обучаться, предлагающие инновационные идеи. Казалось бы, при подобных требованиях рынка труда молодёжь должна иметь больше шансов на то, чтобы занимать привлекательные должности, нежели более возрастные претенденты. Однако одно из требований рынка не меняется уже долгое время – это опыт работы кандидата. И в этом критерии молодёжь «проигрывает». Что же может помочь представителям молодого поколения в успешном осуществлении своей трудовой деятельности? Как показывает исследование, проведённое нами в 2015 году на территории города Кирова, фактором, положительно влияющим на трудовые ресурсы молодёжи, может служить социальная активность.

Базовыми эмпирическими методами, применёнными в исследовании, стали раздаточное анкетирование и глубинное экспертное интервью. В качестве респондентов в раздаточном анкетировании выступили студенты 1-5 курсов государственных вузов г. Кирова: Вятского государственного гуманитарного университета (ВятГГУ), Вятского государственного университета (ВятГУ), Кировской государственной медицинской академии (КГМА), Вятской государственной сельскохозяйственной академии (ВятГСХА).

Для цитирования: Балог А. И. Влияние социальной активности молодёжи на её позиции на рынке труда // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 55–62

For citation: Balog A. I. The influence of social activity of young people on its position on the labour market. *Social'nye i humanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 55–62. (in Russ.)

В исследовании применялась квотная выборка с учётом двух параметров – вуза, в котором проходит обучение респондент, а также его пола. Объём выборки составил 617 человек, согласно таблице определения объёма выборки [1]. Репрезентативность данных обеспечивается ошибкой выборки 4 % и доверительным интервалом 95 %.

Кроме того, при использовании метода глубинного экспертного интервью дополнительно были опрошены:

– 50 студентов указанных выше вузов г. Кирова, активно участвующих в разного рода социальной деятельности;

– 50 выпускников указанных вузов из числа лиц, активно проявлявших себя в социальной деятельности в студенческие годы.

Обе выборки в данном случае формировались методом снежного кома. Однако соблюдалась определённая пропорциональность по критерию учебного заведения (см. табл. 1).

Таблица 1

Расчёт выборки для интервью

Сокращённое наименование вуза	Численность обучающихся очной формы обучения, человек	Численность обучающихся от общего числа по указанным вузам, проценты	Количество интервьюируемых студентов, человек	Количество интервьюируемых выпускников, человек
ВятГСХА	2392	14,5	7	7
ВятГГУ	4869	29,4	15	15
ВятГУ	6346	38,4	19	19
КГМА	2928	17,7	9	9
Итого	16535	100	50	50

Рассмотрим подробнее влияние социальной активности на привлекательность представителей молодого поколения на рынке труда. Для этого вначале обратимся к анализу отношения самих молодых людей к работе. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2

Отношение студентов к работе

в процентах

Варианты ответов	В целом по выборке	Бюджет	Внебюджет
Главное, чтобы работа позволяла обеспечить себя и свою семью	27,4	27,4	28,1
Главное в моей работе то, чтобы она была интересной, творческой, позволяла мне самореализоваться	24,8	26,5	20,9
Моя работа должна позволять мне подняться, достичь успеха в жизни	18,4	16,0	26,1
Для меня важно работать в хорошем коллективе, с интересными людьми	14,4	14,7	11,6
Работа не должна «напрягать», мешать жить в свое удовольствие	11,2	11,6	10,0
Лучше быть занятым хоть на какой-то работе, чем сидеть дома	1,7	1,8	1,6
Жизнь заставляет работать там, где получится	1,4	1,5	1,2
Другое	0,6	0,5	0,4
Всего	100,0	100,0	100,0

Для большинства студентов главным является то, чтобы работа позволяла обеспечить себя и свою семью (27,4 %), а также чтобы она была интересной и творческой,

помогала самореализоваться (24,8 %). Это свидетельствует о довольно высоких требованиях представителей молодого поколения к условиям своей будущей работы. Требования, в первую очередь, касаются материального достатка, а во-вторых, самореализации.

Интересной является разница в отношении к работе между студентами бюджетной и внебюджетной форм обучения: почти в два раза отличается процент желающих, чтобы работа позволяла достичь успеха в жизни, подняться (16,0 % среди студентов бюджетной формы обучения и 26,1 % среди студентов-внебюджетников). Это может быть связано с убеждениями студентов-внебюджетников в том, что они вкладывают много финансовых ресурсов в получение образования, и, соответственно, будущая работа должна окупить это сполна. А требования к самореализации в работе у внебюджетников ниже, чем у студентов бюджетной формы обучения (20,9 % и 26,5 % соответственно). Это свидетельствует о большей ориентации студентов-внебюджетников на достижение определённого социального статуса с помощью работы, нежели на интерес к самому процессу работы, на проявление в ней творчества.

При этом большинство студентов собираются или скорее намерены работать по специальности (31,6 % и 43,5 % соответственно). Выявлена зависимость между намерениями работать по получаемой специальности и вузом, в котором респонденты осваивают данную специальность (χ^2 Пирсона, $p=0,0$).

Как видно из таблицы 3, самый большой процент намеренных работать по профессии обнаружен среди студентов КГМА (67,0 % обязательно будут работать по специальности и ещё 24,8 % скорее намерены связать свою жизнь с получаемой профессией). Это может объясняться в том числе и вложением большого количества ресурсов в образование. Например, затраты временных ресурсов студентов-медиков на обучение выше, чем у студентов остальных специальностей. При этом ни разу мы не встречаем ответов, сигнализирующих об ошибках выбора профессии среди студентов КГМА. Никто из них не собирается посвящать себя семье и дому или начинать собственное дело.

Таблица 3

Намерения студентов работать по получаемой специальности

в процентах

Варианты ответов	ВятГСХА	ВятГГУ	ВятГУ	КГМА
Да, обязательно	17,8	27,3	23,8	67,0
Скорее да, чем нет	58,9	37,2	50,2	24,8
Да, но только первое время, затем планирую поменять род деятельности	7,8	7,1	10,0	4,6
Скорее нет, чем да	6,7	21,3	8,4	2,8
Нет, понял, что ошибся с выбором специальности. Собираюсь получить / получаю ещё одну профессию	4,4	6,0	2,9	0,0
Нет, собираюсь начать собственное дело	0,0	1,1	3,8	0,0
Нет, собираюсь посвятить себя семье и дому	3,3	0,0	0,0	0,0
Другое	1,1	0,0	0,8	0,9
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Начать собственное дело собираются 3,8 % студентов ВятГУ, где преобладают технические специальности. Это может объясняться тем, что инженеры склонны проявлять техническую фантазию, ведь техника как предмет труда предоставляет широкие возможности для новаторства, выдумки, творчества. Инженеры обладают таким значимым качеством, как практическое мышление.

Таблица 3 также показывает, что студенты ВятГСХА демонстрируют наименьший процент ответов, свидетельствующих о твёрдом намерении работать по получаемой специальности после окончания вуза (17,8 %). При этом они чаще других, а если быть точнее, единственные из представителей участвующих в исследовании вузов, говорят о желании посвятить себя семье и дому (3,3 %), что может быть прямым следствием нежелания связывать собственную жизнь с осваиваемой профессией (чаще всего науки о земле и сельское хозяйство). Такое распределение ответов может объясняться плохо развитым сельскохозяйственным сектором экономики в нашей стране. Возможно, студенты не видят перспектив своих профессий и не могут дать однозначный ответ о намерении работать по получаемой специальности.

Студенты же ВятГУ, где преобладают гуманитарные и педагогические направления подготовки, чаще других признаются в том, что ошиблись с выбором профессии (6,0 %), либо говорят, что, скорее всего, не станут работать по осваиваемой специальности (21,3 %). Это может свидетельствовать о понимании студентами сложности получения перспективной, хорошо оплачиваемой работы в социально-гуманитарной сфере или сфере педагогического образования. Кроме того, из результатов исследования мы можем сделать вывод, что студенты указанных специальностей чаще других выбирали будущую профессию случайно, и, по всей видимости, этот случайный выбор далеко не всегда себя оправдывает. Это вновь указывает на серьёзную необходимость профессионального ориентирования школьников. От этого будут выигрывать и сами представители молодого поколения (будет меньше ошибок в выборе профессии и, как следствие, меньше неоправданных временных и материальных затрат на обучение), и государство, которое зачастую оплачивает расходы на обучение этих молодых людей, не получая необходимой отдачи, что тормозит развитие экономики и сектора занятости.

Данные анкетирования подтверждаются результатами интервью. Большинство опрошенных студентов из числа активистов говорят, что скорее намерены работать по получаемой специальности, но не уверены, что сложится именно так. Например, один из респондентов говорит: «На данный момент я затрудняюсь ответить. Я могу сказать только то, что мне хотелось бы этого сейчас».

Таблица 4

Желание студентов иметь собственный бизнес

в процентах

Варианты ответов	В целом по выборке	Пол		Место учёбы			
		Мужской	Женский	ВятГСХА	ВятГГУ	ВятГУ	КГМА
Да, хотел бы	49,1	62,5	40,1	53,8	53,0	48,3	40,5
Скорее хотел бы	33,3	27,9	36,8	30,8	35,4	34,3	29,7
Скорее не хотел бы	13,2	6,3	17,5	9,9	9,4	12,3	24,3
Нет, не хочу	4,4	3,3	5,6	5,5	2,2	5,1	5,4
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

В ходе исследования также было выявлено, что большинство студентов хотели (49,1 %) или скорее хотели бы (33,3 %) иметь собственный бизнес (см. табл. 4). Скорее всего, это связано с быстрым развитием малого и среднего бизнеса в стране, осознанием студентами перспектив самозанятости. Кроме того, выявлена статистически значимая зависимость в распределении ответов на данный вопрос в зависимости от пола и места учёбы (χ^2 Пирсона, $p < 0,05$). Так, мужчины демонстрируют значительно большее желание иметь собственный бизнес, нежели девушки (62,5 % молодых людей и 40,1 % девушек ответили «Да, хотел бы»). Следует также отметить, что наименьшее желание иметь собственный бизнес выражают студенты КГМА, т. е. будущие врачи. Они лидируют по процентным показателям ответов «Скорее не хотел бы» (24,3 %) и гораздо реже

остальных (40,5 %) отвечают «Да, хотел бы», это более чем на 10 % меньше в сравнении с другими вузами. Возможно, это связано с большой распространённостью частных клиник, и будущие врачи понимают, что их профессиональная ниша самозанятости уже занята.

Кроме того, мы поинтересовались у студентов, работают ли они в данный момент. Как видно из таблицы 5, практически половина студентов не работает в данный момент (47,0 %), 11,1 % опрошенных вообще никогда не работали, ещё треть респондентов отмечает, что иногда подрабатывают (31,9 %). И лишь 10,1 % имеют постоянное место работы. Это говорит о том, что студенты всё же считают своей главной деятельностью учёбу в вузе, приобретение необходимых для освоения выбранной профессии знаний и умений. Нынешняя система высшего образования не предусматривает настолько много времени, свободного от учёбы, чтобы студент мог иметь постоянную работу. Исключение, пожалуй, составляют магистранты. Кроме того, работодатели не слишком охотно принимают в свои организации студентов, требуя от своих работников законченного образования и опыта работы. Всё это приводит к тому, что мы видим довольно низкий процент постоянно работающих студентов среди обучающихся Кировских вузов.

Таблица 5

Занятость студентов на рынке труда

в процентах

Варианты ответов	В целом по выборке	Пол		Возраст, лет		
		Мужской	Женский	17–19	20–21	22 и более
Да, имею постоянное место работы	10,1	16,9	6,4	4,6	12,6	15,7
Иногда подрабатываю	31,9	40,9	25,6	28,0	33,1	37,4
В данный момент не работаю	47,0	37,2	53,1	53,6	43,9	40,0
Никогда не работал	11,1	5,0	14,9	13,8	10,4	7,0
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Также следует отметить, что в распределении ответов на данный вопрос имеется статистически значимая зависимость по признакам пола (χ^2 Пирсона, $p=0,000$), возраста (χ^2 Пирсона, $p=0,001$) и направления подготовки респондентов (χ^2 Пирсона, $p=0,002$). Так, из таблицы 5 мы можем видеть, что мужчины гораздо чаще девушек имеют постоянное место работы (16,9 %) или иногда подрабатывают (40,9 %). Это может быть связано с большей склонностью мужчин к самостоятельности (в том числе финансовой), что мы отмечали ранее.

Кроме того, наблюдается ещё одна тенденция: чем старше студент, тем чаще он отмечает, что имеет постоянную работу или иногда подрабатывает. Это объясняется необходимостью приобретения почти каждым студентом трудового опыта за время обучения в вузе (будь то подработка или постоянная занятость).

Из таблицы 6 видно, что студенты направления «Информатика и физико-математические науки», а также будущие инженеры (то есть студенты технических направлений) имеют постоянное место работы либо временную подработку чаще, чем студенты других направлений подготовки. Реже других постоянно или временно работают студенты-медики. Это может объясняться тем, что, не закончив вуз, они ещё не имеют права вести медицинскую практику, а другая работа мало интересует будущих врачей.

Таблица 6

**Занятость студентов на рынке труда
(в зависимости от направления подготовки)**

в процентах

Варианты ответов	Инженерия	Информатика и физико-математические науки	Лечебное дело	Науки о земле и сельском хозяйстве	Педагогическое образование, социально-гуманитарные науки	Управление, юриспруденция, экономика
Да, имею постоянное место работы	12,0	14,8	6,3	8,0	10,8	10,1
Иногда подрабатываю	43,0	46,3	22,5	26,7	26,5	29,5
В данный момент не работаю	40,1	31,5	53,2	58,7	51,0	45,3
Никогда не работал	4,9	7,4	18,0	6,7	11,8	15,1
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

В ходе интервью мы также обратились к вопросу работы студентов. Большинство из них иногда подрабатывают, то есть результаты интервью подтверждают данные, полученные в ходе анкетирования. Чаще всего встречаются подработки в качестве промоутеров, вожатых, менеджеров по продажам, аниматоров и т. д.

Некоторые студенты-активисты имеют постоянную работу, связанную с их общественной деятельностью. Например, одна из респонденток говорит, что была трудоустроена руководителем волонтерского центра: «Тогда был проект государственный, который был «спущен» на наш вуз; и тогда разрешалось официально трудоустраиваться. А сейчас, к сожалению, нет такой возможности». Ещё один студент говорит: «Работаю в профкоме председателем».

Кроме того, имеются примеры трудоустройства в своём учебном заведении: «Я работаю в управлении по делам молодёжи в своём университете», «Работаю лаборантом на кафедре» и т. д. Это может говорить о том, что активных студентов замечают на факультете или на уровне воспитательных отделов и предлагают работу в рамках своего учебного заведения.

При этом вне зависимости от места работы студенты чаще всего отмечают, что на данный момент указанная ими трудовая деятельность их устраивает, поскольку даёт дополнительный доход либо схожа с их интересами в дальнейшей трудовой жизни. Например, один из респондентов, подрабатывающий в ремонтной бригаде, говорит: «Да, меня устраивает, всё получается. Как студента меня это устраивает». Другой студент на вопрос о том, нравится ли ему его нынешняя работа, также отвечает: «Да, вполне. Была такая вакансия, которая очень удобна по времени, так как я ещё учусь, и по зарплате». Ранее из интервью мы узнаём, что респондент работает воспитателем-аниматором в кафе в детской комнате.

Приведём ещё часть одного из интервью для иллюстрации вышесказанного:

— *Работаете ли вы на данный момент?*

— *Да, я работаю официально в школе педагогом дополнительного образования у детей начальных классов.*

— *То есть как раз получается по своему направлению подготовки работаете?*

— *Да.*

— *Нравится ли Вам Ваша нынешняя работа?*

— *Очень.*

– Почему Вы выбрали именно её?

– Мне предложили это по связям, по знакомству. И я посчитала, что это простая работа. То есть там не надо тратить каких-то физических усилий и каких-то особых знаний. А просто рукоделие – это, можно сказать, моё хобби. Поэтому, почему бы и нет? И детей я тоже люблю, с детьми мне нравится работать. Они всегда радостные: всегда рады видеть меня и рады тому, чем мы занимаемся. Положительное есть. Всё такое положительное!

Таким образом, мы можем сказать, что большинство студентов-активистов иногда подрабатывают. Часть из них имеет постоянную работу, связанную либо с их общественной деятельностью, либо с получаемой специальностью. При этом большая часть студентов довольна своей трудовой деятельностью на данный момент.

При анализе влияния социальной активности на положение молодёжи на рынке труда необходимо также обратиться к результатам интервью, проведённого среди выпускников вузов. Мы задавали им следующие вопросы: где Вы сейчас работаете и какую должность занимаете; это Ваше первое место работы после окончания вуза или были другие; как долго после окончания вуза Вы искали работу; работали ли Вы, обучаясь в вузе; нравится ли Вам Ваша нынешняя работа; почему Вы выбрали именно её?

Проанализировав полученные ответы, мы можем сказать, что преобладающее большинство выпускников трудоустроены, причём, как правило, либо по полученной специальности, либо в сфере, так или иначе связанной с общественной деятельностью. Большинство опрошенных отмечает, что они подрабатывали в период обучения в вузе. Сегодняшнее место работы является первым после окончания обучения примерно у половины выпускников, с которыми нам удалось побеседовать. При этом мы практически не встречаем упоминаний о сложностях поиска работы. Наоборот, большая часть респондентов говорит о том, что их самих пригласили работать, то есть это «работа нашла их», а не они работу. Это свидетельствует о высокой ценности активных выпускников на рынке труда. Ведь к специалисту сегодня предъявляется всё больше требований. Он не должен быть узко сосредоточен на своём предмете работы, он должен уметь всё и сразу, должен вовремя сориентироваться в ситуации, которая постоянно меняется. Иными словами, современный специалист должен быть быстро реагирующим на перемены, легко обучаемым, адекватно подстраивающимся под современные реалии. И зачастую именно общественная деятельность во время обучения в вузе даёт возможность попробовать себя в разных сферах, развить в себе востребованные ныне компетенции.

Приведём несколько выдержек из интервью.

(1)

– Где Вы сейчас работаете и какую должность занимаете?

– В сфере недвижимости работаю. Офис-менеджер, менеджер по продажам.

– Как долго после окончания вуза Вы искали работу?

– Вообще не искала, мне сразу же позвонили.

– Нравится ли Вам Ваша нынешняя работа?

– Очень.

– Почему Вы выбрали именно её?

– Я не знаю, я ли её выбрала. Она, наверное, выбрала меня. Как-то само так произошло. Там потрясающие люди и можно реализовать себя. Сфера недвижимости, вообще, прибыльная, поэтому я стараюсь завоевать там место под солнцем.

(2)

– Кем Вы сейчас работаете?

– Сейчас я прораб в СМУ-1 – строительно-монтажное управление.

– Как долго после окончания вуза Вы искали работу?

– После вуза меня сразу пригласили туда, и я сразу согласился.

– Нравится ли Вам Ваша нынешняя работа? Почему Вы тогда выбрали именно её?

– Почему я выбрал строительство?

– Я так поняла, Вас сначала выбрала эта работа, а потом Вы – её?

– Да, да, да. Так и есть!

(3)

- Где Вы сейчас работаете и какую должность занимаете?
- Генеральный директор ООО «Кировский региональный страховой центр».
- Как долго после окончания вуза Вы искали работу?
- Я уже работал на момент, когда выпускался. Наверное, после выпуска я там проработал ещё год.
- Нравится ли Вам Ваша нынешняя работа?
- Да, нравится. Я считаю, что от работы надо получать удовольствие или колоссальную прибыль. Если это совмещается, то вообще замечательно.
- Почему Вы выбрали именно эту работу?
- Она прибыльная и интересная.

(4)

- Где Вы сейчас работаете и какую должность занимаете?
- В автосалоне «Рено». Я механик-консультант.
- Как долго после окончания вуза Вы искали работу?
- Нисколько не искал, в армию позвонили.
- Нравится ли Вам Ваша нынешняя работа?
- Да.
- Почему Вы выбрали именно её?
- Потому что мне комфортно там. Я знаю коллектив, мне очень нравится работать с дружным замечательным коллективом. Нравятся автомобили. Учёба с автомобилями была связана и продолжаю с автомобилями.

Таким образом, из приведённых выше ответов респондентов мы можем сделать вывод о том, что для выпускников важно, чтобы работа была интересной, в хорошем коллективе и приносила достаточную прибыль. Это вполне согласуется с главными требованиями к работе со стороны студентов, опрошенных нами с помощью анкетирования. Как показано выше, это следующие требования: чтобы работа позволяла обеспечить себя и свою семью (27,4 %), а также чтобы она была интересной и творческой, помогала самореализоваться (24,8 %).

Однако мы явно видим, что активные выпускники имеют возможность выбора: им предлагают варианты, а они останавливаются на том, который их в наибольшей степени устраивает. Этому, безусловно, способствует активная социальная деятельность молодёжи в период обучения в высшей школе. Поэтому мы можем говорить об определённом положительном влиянии социальной активности молодёжи на её позиции, занимаемые на рынке труда.

Соответственно, говоря о развитии, например, студенческого самоуправления как одной из самых популярных форм социальной активности молодёжи, мы можем расценивать подобный опыт представителей молодого поколения в качестве приносящего пользу как самому индивиду (развитие различных качеств личности, налаживание связей, знакомств и др.), так и обществу, которое в итоге получает молодого специалиста, более приспособленного к современным реалиям рынка труда.

Ссылки / Reference

- [1] Taro Y. Elementary Sampling Theory. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall, 1967. P. 398..

ФИЛОЛОГИЯ

УДК 811

Новые модели
интернет-коммуникации
в социальных сетях

Л. Г. Антонова, Т. А. Жданова

*Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова**E-mail: antonova_lubov@mail.ru,**Научная статья*

Статья посвящена описанию использования SMM (Social media marketing) как новой интегрированной модели дискурса в социальной сети при продвижении имиджевой информации и формировании общественного мнения пользователей.

Ключевые слова: SMM; веб-протоколы передачи данных; интерактивность; гипертекстуальность; жанрово-технологические модели информационного веб-пространства; дискурсивные знаки взаимодействия корпоративного сообщества и целевой аудитории

Научно-технические открытия и связанные с ними изменения интернет-технологий коренным образом трансформировали пространство культуры. Наука и техника стали производительной и движущей силой в обществе. Появление интернета, развитие электронной коммуникации подтолкнуло мир к новым «правилам игры». Можно говорить о том, что в современном мире на нынешнем уровне развития интернет-ресурсов формируется глобальное информационно-коммуникативное пространство, которое становится физической основой для веб-протоколов передачи данных.

При этом следует подчеркнуть, что современные информационные технологии, вторгаясь в сферу социокультурного пространства, оказывают сильное влияние на индивидуальное и общественное сознание, в какой-то степени искажая картину реального мира. В отношении модели нового информационного дискурса можно говорить о сочетании мощной логической организованности и глубоко сокрытой и по большей части никем не декларируемой и не контролируемой системы внутренних коммуникативных отношений и механизмов самоорганизации и регуляции.

Новые исследования глобального информационно-коммуникативного пространства говорят о том, что осуществляется переход к новому типу культуры – информационной культуре, что во многом связывается с порождением интерактивных

New model
of Internet communication
in social networks

L. G. Antonova, T. A. Zhdanova

*P. G. Demidov Yaroslavl State University**Scientific article*

The article is devoted to describing the use of SMM (Social media marketing) as a new integrated model of discourse in a social network while moving image information and shaping public opinion of user.

Key words: SMM; Web data transfer protocols; interactivity; argue; genre and technological information model of Web space; discursive interaction signs corporate community and target audience

Для цитирования: Антонова Л. Г., Жданова Т. А. Новые модели интернет-коммуникации в социальных сетях // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 63–68

For citation: Antonova L. G., Zhdanova T. A. New model of Internet communication in social networks. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 63–68. (in Russ.)

информационно-коммуникативных сред, трансформирующих духовно-ментальные коды и языки культуры. Тотальная технологизация бытия человека, виртуализация социокультурного пространства изменяют каналы передачи социокультурного опыта, возможности адаптации человека к новым условиям, перспективы творческой самореализации современного интернет-пользователя.

Исследователи, изучающие принципы формирования информационно-коммуникативного пространства [1; 2; 3], говорят о динамике современных социокультурных процессов в среде интернет-коммуникации, что, по их мнению, усложняет системы социальных взаимодействий, «требует переструктуризации человеческих связей и отношений, появления новых моделей межличностных коммуникаций» [1].

Все вышесказанное позволяет рассматривать современный этап развития интернет-коммуникации как один из самых сложных, а исследование *моделей и технологических инструментов сопровождения* подобной коммуникации чрезвычайно актуальным [2].

Вот почему информационная культура и медиакультура становятся предметом междисциплинарных исследований, научных работ отечественных социологов, философов, культурологов и лингвистов, которые, в первую очередь, изучают особую роль интернет-технологий «в установлении диалога, интеллектуального общения, обогащения познания» и формируют «новую стереотипизированную гибридную культуру в системе духовных и политических ориентаций граждан, трансформируя кодово-символическую составляющую культурной самоидентификации» [3].

Межличностную коммуникацию в интернет-пространстве условно можно разделить на *диалоговую*, которая выстраивается посредством электронной почты, мессенджеров и личных сообщений в соцсетях, блогах или ЖЖ, и на *полилоговую*, когда общение ведется в общих конференциях, чатах, форумах.

К важнейшим качественным характеристикам новой виртуальной коммуникации чаще относят *интерактивность*. Это связано с возможностью вступать в прямой диалог с аудиторией, получать от нее обратную связь в режиме реального времени и общения представителей аудитории между собой. Интерактивность подчеркивает тем самым диалоговую природу общения и определяется через понятие гипертекстуальности, что позволяет читателю не только следовать авторскому развертыванию текста, но и осуществлять *собственную навигацию*. В таком режиме интернет-диалог обеспечивает возможность «прямого», непосредственного и часто *приватного обращения адресанта к адресату*.

Еще одной ключевой особенностью новой системы стала *повышенная социальная мобильность и активность участников* виртуального дискурса. Теперь приложения web 2.0 зачастую являются просто посредником для своих пользователей, самостоятельно создающих интересующий их контент. В связи с этим в новом пространстве активизировано использование различных *тегов* как вербальных символических маркеров, позволяющих сортировать контент по его содержанию, что упрощает пользователям в сети поиск смежной информации либо информации аналогичной направленности.

Благодаря произошедшим изменениям в новом пространстве интернет-диалога современный пользователь обладает иными *динамическими коммуникативными характеристиками*: он нетерпелив и ориентирован на веб-серфинг, который не предполагает чтения больших текстов и статей; как правило, взгляд пользователя «цепляется» за картинку, баннер или заголовок и только после этого «скользит» по тексту. Кроме того, изменения привели к тому, что пользователь стал избирателен в своих коммуникативных предпочтениях. Он привык к простоте и быстрым действиям, и, если для того, чтобы получить информацию, необходимо совершить какие-то действия сверх определенной им нормы, он «уходит» со страницы. Это привело к тому, что все современные сайты, социальные сети, форумы, новостные ленты, блоги типично однородны. Они обладают устоявшимися форматами, функционалом и навигацией; сайты обычно предельно быстро загружаются, они оптимизированы для выполнения своей основной задачи, при этом задачи должны соответствовать оформлению, а

информация легко читаться и не нести в себе элементов, затрудняющих ее восприятие. С технической точки зрения современные медийные продукты обладают рядом особенностей, позволяющих по-новому организовать процесс представления информации и обеспечения взаимодействия с целевой аудиторией: *использование ссылок* позволяет устанавливать интертекстуальные связи при обращении к другому тексту как информационному или аргументационному источнику; *тематические метки, или теги*, о которых уже шла речь, позволяют аудитории не просто эффективнее разделять тематику сообщений, но и самостоятельно выбирать те из них, которые интересуют. Предельно «упрощаются» *отношения автор-адресат*: имеется возможность *мониторинга популярности* или востребованности у аудитории блога тех или иных меток, а значит, тем сообщений; функции комментариев позволяют оперативно и достаточно точно отслеживать *обратную реакцию читателей*. Фактически само сообщение не является законченным текстом, так как оно получает динамическое развитие в *комментариях читателей* и *ответах на них автора*. Комментарии позволяют ориентироваться на запросы и потребности аудитории, корректировать возможные и актуальные интерпретации материалов. Большую популярность приобрели так называемые *лайки*, что позволяет читателю одним нажатием кнопки выразить свое *отношение к публикации*, а также *функция репостов*, которая позволяет поделиться информацией с друзьями. *Мультимедийность и поликодовость* сообщений позволяют комбинировать различные средства передачи информации (вербальные, визуальные, графические, аудиальные) и семиотические коды, а значит, добиваться большей убедительности и объективности медийной репрезентации события.

Именно поэтому корпоративный интернет-сайт, блог, страница в социальных сетях – все эти медиапродукты перестали быть данью моде в среде бизнес-коммуникации и социальной коммуникации и перешли в разряд жизненно важных, востребованных потребителем, ищущим полезную и актуальную информацию. Наличие подобных медиапродуктов и в коммерческой, и в социальной сфере сейчас относят к правилам хорошего тона и считают необходимой площадкой для внешней коммуникации посредством виртуальной сети с широкой по объему и подготовленной к активному интернет-диалогу целевой аудиторией. В этом интернет-диалоге формируется общественное мнение по разнообразным важным вопросам, связанным, в том числе, и с продвижением определенных коммерческих структур, увеличением их целевой аудитории, формированием положительного имиджа компании у лояльного покупателя. Именно эта особенность и легла в основу создания *SMM – Social media marketing* – новой системы *новостного информирования через социальные платформы* и создания прецедента важности и коммерческой, и социально ориентированной информации.

Информационные продукты *SMM* позволяют говорить о новой интегрированной области *интернет-посланий*, которые должны заинтересовать исследователя медиатехнологий.

Рекламно-информационная и социально ориентированная «продвиженческая» концепция *SMM-посланий* отличается, прежде всего, «наполнением»: иным *содержанием дискурса*. Но не менее оригинален и *язык виртуального послания* в *SMM-информировании* при распространении в социальной сети. Эффективность *SMM-посланий* достигается за счет эстетически организованного знака: во-первых, за счет внешних характеристик текста, его расположения и объема; во-вторых, за счет внутренних особенностей «языковой палитры» на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровне.

Специалисты, занимающиеся интернет-коммуникацией, разработали ряд негласных «правил» для каждого уровня языкового оформления подобного медиатекста, чтобы в итоге он действительно был востребован и результативен. В противном случае ожидаемого эффекта от размещенного поста не стоит ожидать. Одно из основных правил – *речевая экономия*. Она объясняется дефицитом времени и внимания аудитории. Это приводит к тому, что посты становятся предельно краткими и простыми. Они составляются таким образом, что даже при поверхностном и обзорном чтении вы понимаете суть сообщения. При этом информация подается сегментированно, что позволяет ускорить процесс поглощения и усвоения информации.

Рассмотрим эти приемы **на конкретных примерах SMM-посланий**.

«Три мифа из мира современного менеджмента: Миф №1 — о расширении прав: «Лучший способ расширить возможности людей — оставить их в покое и позволить им самим управлять собой» (Запись из «ВКонтакте» от 12 марта со страницы Издательство «Манн, Иванов и Фербер»).

«Только не говорите, что вы не в курсе. Теперь оплачивать покупки в App Store, iTunes и Apple Music можно сразу с мобильного счета. Эта крутая и новая в России услуга доступна только абонентам «Билайн» (Публикация от 14 марта на странице «Билайн» в «Фейсбуке»).

Особенности *языкового оформления* послания особенно видны на лексическом уровне. Современным пользователям социальных сетей и других проектов web 2.0 непонятен книжный литературный язык. Основу лексикона интернет-текстов составляет нейтральная лексика с вкраплениями разговорного языка. Девиз автора такого послания: чем проще, тем лучше и понятнее.

«Хотите придумать головокружительные идеи? Попробуйте упражнение «Лучшая из худших» от Тины Силиг, преподавателя из Стэнфорда и автора книги «Почему никто не рассказал мне это в 20?» (Публикация от 9 марта на странице «Билайн» в «Фейсбуке»).

Авторам предлагается говорить на одном языке с их целевой аудиторией, и они принимают эти условия «игры». При этом для большинства постов характерна повышенная эмоциональность. Подобная эмотивная лексика вызывает у читателя определенные образные ассоциации, сочувствие или эмоциональное переживание. Вот как, например, это делает в SMM-сообщениях для своей аудитории сетевой оператор Билайн:

«Отгуляли март, а там и до майских праздников рукой подать! Спорим, соберетесь в путешествие? Если поедете за границу или смотреть красоты России, можно получить от нас 1100 рублей на связь в международном роуминге. Как?» (Публикация от 9 марта на странице «Билайн» в «Фейсбуке»).

Это делается для того, чтобы в будущем, при так называемом «всплывании» эмоций, человек автоматически вспомнил связанную с ним важную информационную рекламную составляющую.

Принято говорить, что современные тексты в пространстве web 2.0 отличаются *простой выразительностью*. Подобная выразительность основывается на использовании знакомых тропов – сравнений, метафор, эпитетов.

«Один из самых древних и богатых историей регион России в следующие 5 лет станет богаче на 850 млн рублей. Tele2 договорилась с губернатором Смоленской области о развитии сети в этом регионе (Публикация от 2 марта на странице «Tele2 Россия» в «ВКонтакте»).

Характерна для современных текстов и другая лексическая особенность – *терминологическая насыщенность*. Но активно вплетаются в информационный поток не узкоспециальные, а общепотребительные терминологические выражения. Как правило, речь идет о терминах IT-технологий, социологии или политологии.

«Чтобы почувствовать себя в безопасности, необязательно идти на курсы самообороны или изучать Кунг-фу. Можно начать с защиты любимых гаджетов от коварных вирусов, которые бродят по сети. До конца марта при подписке на антивирусные продукты ESET каждому абоненту достанется приз – лицензия мобильного антивируса ESET NOD32 Mobile Security на 3 месяца, а еще... шанс выиграть один из 5 шлемов виртуальной реальности Fibrum Pro!» (Публикация от 11 марта на странице «Билайн» в «Фейсбуке»).

Таким образом, авторам в подобных SMM-сообщениях в интернет- диалоге с читателем «вменяется в обязанность» убрать из текста книжность, «оживить» текст с помощью разговорных слов и в завершение добавить так важные аттрактивные элементы – эмоционально окрашенные слова, формирующие у аудитории определенное настроение, переживание.

Не менее важен и *морфологический слой* современного текста SMM- коммуникации. Исследователи медийного текста пришли к выводу, что при восприятии подобного текста особое значение имеет наличие в информационном потоке правильного соотношения слов определенных частей речи и их расположение в предложении и в определенной зоне текста. В зависимости от назначения текста автору приходится использовать больше глаголов или существительных. Так, если пост на 40-50 % состоит из существительных, то аудитория будет воспринимать информацию в нем как *детализированную*, а большое количество глаголов может создать *эффект быстрой смены событий*, что приведет к пониманию *функционального назначения* и динамики при восприятии *рекламной или социальной информации* в тексте. В то же время преобладание в тексте прилагательных в сочетании с глаголами и числительными формирует восприятие в *аргументативном или сопоставительном ключе*.

«Друзья, только что мы получили официальное подтверждение того, что тонны букетов в ленте 8 марта – не случайность. Женщин, и правда, поздравляют чаще. Мы насчитали 111 млн звонков и 109 млн SMS/MMS в их весенний праздник. 23 февраля оказалось меньше на треть. Помимо женщин, в тренде голос: за два дня все вместе вы наговорили почти на целое тысячелетие» (Публикация от 11 марта на странице «Tele2 Россия» в «ВКонтакте»).

Нарушить информационный и стилевой баланс могут причастные и деепричастные обороты. Это связано с тем, что они «тяжелы» для восприятия и зачастую имеют оттенок книжной лексики, что несколько противоречит *познавательному настрою в устно-разговорной форме* при восприятии информации целевой аудиторией. Это, в свою очередь, изменяет «эмоциональную ткань» текста, и у читателя закрепляются неконструктивные эмотивные ощущения.

Последний, но важный элемент оформления информации в SMM- послании – синтаксический строй текста. Как и на других уровнях текста, здесь во главу угла ставятся лаконизм и простота; в предложении, как правило, должна быть одна грамматическая основа, изредка допускается наличие двух грамматических основ. Это позволяет сделать предложения короткими, что обеспечивает их незатрудненное визуальное восприятие при быстром считывании информации. Кроме того, сами конструкции максимально облегчены, и если автор использует в тексте осложняющие элементы (вводные или оценочные конструкции), то старается сделать их лаконичными.

Для большинства постов характерны простые предложения, длина которых колеблется от 7 до 12 слов. От приложений и от большого количества однородных членов в синтаксических конструкциях авторы, как правило, отказываются.

«От природы нам свойственно избегать перемен. Мы предпочитаем плыть по течению. Это безопасно, но есть громадный минус. Один день становится похожим на другой. Так пролетают месяцы и годы жизни. А мы забываем о своих мечтах и перестаем в них верить. Но постойте. Что это?.. Смотрите — ваша мечта» (Публикация от 13 марта со страницы «Манн, Иванов и Фербер» в «Фейсбуке»).

Кроме того, текст SMM-послания обязательно *сегментируется*. Это делается визуально с помощью знаков препинания и выделения абзацев. Фактически и на этом уровне языка часто реализуется модель «естественной коммуникации» – «как говорим, так и пишем». Язык и стиль публикации должен быть живым и легким, он должен быть адаптирован в соответствии с изменяющимися социальными функциями публикации и потребительскими предпочтениями его носителей. Именно поэтому авторы активно используют *прием парцелляции*, «разбивая» предложения на экспрессивные смысловые микрофрагменты. Активно применяется и прием *компрессии информации*, что предполагает «умалчивание» вещей, которые и так понятны автору и читателю в контексте их общего социального опыта.

Еще один распространенный стилистический прием, получивший распространение в последнее время в текстах SMM-коммуникации, – *прием эллипса*. Он предполагает пропуск автором важных слов в предложении, что вводит элемент языковой игры и обеспечивает динамику передачи событий или фактов, поддерживает устойчивый интерес читателя к серийным публикациям в интернет-среде:

«– 38 из 100: Как творить, путешествовать и строить бизнес, когда нет денег? Продолжение –» (Публикация от 12 марта со страницы «Манн, Иванов и Фербер» в «ВКонтакте»).

Анализируя изменения в медийных продуктах SMM-коммуникации, можно сказать, что основная их текстовая черта – оперативность, простота и динамизм. Цель послания – быстро, просто и ярко донести актуальную информацию, заставить воспринимать ее как «важную и значимую» для самого читателя. Именно под это «заточены» все жанрово-композиционные, структурные и языковые элементы сообщения. Пренебрегать этим или осознанно игнорировать равносильно коммуникативному «самоубийству», как говорят те, кто занимается современной публичной коммуникацией. Следует согласиться, что современный медийный текст в SMM-исполнении информационно актуален, «жесток» в отборе фактической информации, краток и логичен, апеллирует к эмоциям и «ложится на память», чтобы быть в ближайшее время востребованным и полезным активному интернет-пользователю.

Ссылки / Reference

- [1] Астафьева О. Н. Медиакультура и некоторые принципы формирования информационно-коммуникативного пространства. URL: <https://refdb.ru/look/1497863.html>.
- [2] Кириллова Н. Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академический проект, 2005. 400 с.
- [3] Кулибаба С. И. Медиапространство и трансляция духовных ценностей. URL: <https://refdb.ru/look/2228631.html>.

УДК 81

Построение номинативного поля
концепта «Мигрант»
на материале статей онлайн-
версий российских газет
2010–2011 и 2015–2016 гг.

Н. Н. Касаткина, Д. А. Смирнова

ЯрГУ им. П.Г. Демидова

E-mail: ninet75@mail.ru, smirnova.d.a.1995@gmail.com

Научная статья

В данной статье предпринимается попытка описания номинативного поля концепта «мигрант» с целью более тщательного и многоаспектного изучения проблемы отношения к миграции в современном российском обществе. В качестве материала исследования взяты статьи онлайн-версий русских газет, датированные 2010–2011 и 2015–2016 гг. Выбор газетно-публицистических текстов обусловлен тем, что пресса является одним из самых динамичных и экспрессивных способов отражения общественной жизни. В статье приводятся результаты анализа статей, на основе которых выстраиваются ядро и периферия номинативного поля. Различные элементы структуры поля с положительной, нейтральной и негативной эмоциональной окраской распределены по группам и представлены в числовом и процентном соотношении для более наглядного и детального отображения результатов исследования.

Ключевые слова: концепт, номинативное поле концепта, мигрант, миграция, ядро номинативного поля, периферия номинативного поля, российские газеты, современность

Миграция является одним из самых значимых явлений в организации и функционировании мирового сообщества. Проблема миграции не теряет своей актуальности на протяжении многих лет, оставаясь предметом напряженных дискуссий как в отдельных странах, так и на международном уровне. Нередко при обсуждении данной проблемы в центре внимания оказываются те, без кого существование самого предмета многочисленных обсуждений было бы невозможным, – мигранты.

The nominative field of the concept
“migrant” on the basis of Russian
online-newspaper articles dated
2010–2011 and 2015–2016

N. N. Kasatkina, D. A. Smirnova

P. G. Demidov Yaroslavl State University

E-mail: ninet75@mail.ru, smirnova.d.a.1995@gmail.com

Scientific article

This article attempts to describe the nominative field of the concept "migrant" for a more thorough and omnibus study of the attitude to migration in the modern Russian society. Russian online-newspaper articles dated 2010–2011 and 2015–2016 are the basis of the research. The choice of journalistic newspaper texts is determined by the fact that the press is one of the most dynamic and expressive methods of reflecting public life. The results of the analysis of the articles are presented in the paper. These results comprise the core and the periphery of the nominative field. Different field structure elements with positive, neutral and negative emotional coloring are divided into groups and presented in a numerical relation and percentage ratio in order to make research results more comprehensible for the reader.

Keywords: concept, nominative field of a concept, migrant, migration, core of the nominative field, periphery of the nominative field, Russian newspapers, modern times

Для цитирования: Касаткина Н. Н., Смирнова Д. А. Построение номинативного поля концепта «Мигрант» на материале статей онлайн-версий российских газет 2010–2011 и 2015–2016 гг. // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 69–75

For citation: Kasatkina N. N., Smirnova D. A. The nominative field of the concept «migrant» on the basis of Russian online-newspaper articles dated 2010–2011 and 2015–2016. *Social'nye i humanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 69–75. (in Russ.)

Явление миграции в России – крайне интересный предмет изучения, что обусловлено уникальным устройством страны, географическим и историческим положением, а самое главное – ее многонациональностью. Представители народов-побратимов оказывают существенное влияние на жизнь россиян, зачастую являясь ее неотъемлемой частью. Люди, мигрирующие в страну из стран ближнего или дальнего зарубежья, затрагивают быт обычных граждан и широко обсуждаются в политических кругах. Зеркалом изучаемой проблемы (как и многих других) является пресса: именно там освещаются все связанные с миграцией события и тенденции; именно пресса формирует в сознании общественности образ мигранта.

Задачей нашего исследования является построение номинативного поля концепта «мигрант» на материале статей онлайн-версий российских газет.

Концепт как совокупность находящихся в сознании представлений о предметах или явлениях выражается языковыми и неязыковыми средствами, которые прямо или косвенно отражают его содержание. Однако с точки зрения лингвистики интерес представляют явления, объективированные с помощью языковых единиц [1]. По мнению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, совокупность языковых средств, объективирующих (вербализующих, репрезентирующих, овнешняющих) концепт в определенный период развития общества, представляет собой номинативное поле концепта [2, с. 47].

Анализу концепта «мигрант» посвящено множество научных работ и статей [3]. Не возникает сомнений, что он был и остается *коммуникативно релевантным*, т. е. является в обществе предметом обсуждения, обмена информацией, высказывания отношения [2, с. 47]. На наш взгляд, поле изучаемого концепта существенно расширилось именно за последние несколько десятилетий, которые сопровождалось расцветом глобализации, международного обмена культурными ценностями и, самое главное, всевозможных средств массовой информации, освещающих и формирующих образ мигранта. Это расширение поля и возросший интерес к исследованию концепта подтверждает значительное число работ, посвященных его анализу именно в современных СМИ [4; 5; 6]. Особый интерес для исследования представляют 2010-е гг. – временной промежуток, который еще не закончился, но уже изобилует событиями, крайне важными для восприятия и анализа такого сложного и многогранного явления, как миграция, и её не менее неоднозначного «субъекта» – мигранта. Поэтому в качестве материала исследования мы выбрали статьи из газет, наиболее популярных среди широких масс населения [7] (таких как «Аргументы и Факты», «Комсомольская Правда» и «Московский комсомолец»), датированные 2010-2011 и 2015-2016 гг.

Эти две временные вехи выбраны «срезами» текущего десятилетия: на наш взгляд, данные текстов начала и середины декады наиболее полно отразят изменения в номинативном поле концепта «мигрант». В результате поиска по ключевому слову «мигрант» на сайтах онлайн-версий вышеуказанных газет было отобрано 60 статей (30 статей – за 2010–2011 гг., 30 – за 2015–2016 гг.).

Теперь обратимся непосредственно к проблеме формирования номинативного поля. При исследовании данного вопроса мы опираемся в основном на модель, предложенную З. Д. Поповой и И. А. Стерниным в научной работе «Когнитивная лингвистика» [2]. Модель, описанная в книге, широко используется научным сообществом при анализе различных концептов и их номинативных полей [8; 9; 10; 11].

Построение номинативного поля изучаемого концепта основывается на установлении и описании совокупности языковых средств, номинирующих концепт и его отдельные признаки [8, с. 191]. Стоит отметить, что номинативное поле концепта принципиально неоднородно: оно содержит как прямые номинации непосредственно самого концепта (ядро номинативного поля), так и номинации отдельных когнитивных признаков концепта, раскрывающих содержание концепта и отношение к нему в разных коммуникативных ситуациях (периферия номинативного поля) [2, с. 48]. Так, к построению ядра поля приведет выявление ключевого слова-репрезентанта концепта и его синонимов, встречающихся в публицистических текстах. Исследование отдельных признаков концепта, обнаруживающихся в разных ситуациях его обсуждения, приведет к построению *периферии* номинативного поля.

Рассмотрим более подробно каждый из элементов номинативного поля концепта «мигрант». *Ключевое слово* – это определяемая исследователем лексическая единица, которая максимально полно номинирует исследуемый концепт и отвечает всем необходимым требованиям: это наиболее употребительное, достаточно обобщенное по своей семантике, стилистически нейтральное, неочечное слово. [2, с. 124]. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений указывает, что концепт «мигрант» может быть реализован в речи пятнадцатью синонимами: *мигрант, переселенец, экспатриант, переведенец, перекочевщик, перешелец, иммигрант, уитлендер, спецпереселенец, невозвращенец, выходник, выселенец, пришелец, эмигрант, иностранец* [12]. Десять из пятнадцати лексем (*экспатриант, переведенец, перекочевщик, перешелец, уитлендер, спецпереселенец, невозвращенец, выходник, выселенец, пришелец*), не могут быть ключевыми словами, поскольку они не часто употребляются в речи, встречаются в узкоспециализированных контекстах и/или имеют стилистическую окраску. Рассмотрим оставшиеся пять слов. Согласно Толковому словарю С. И. Ожегова, *переселенец* — это «человек, переселившийся или переселяемый с постоянного места жительства в новые, обычно необжитые места» [13]. Мы видим, что значение данного слова сужает исследуемый концепт, поскольку речь идет об освоении новых мест, а мигранты перемещаются из одних стран или областей в другие, уже обжитые. *Иностранец* — это «гражданин какой-либо страны по отношению к другой стране» [13]. Наблюдается чрезмерное обобщение концепта, недопустимое в рамках исследования: данное определение в принципе не отражает перемещение людей, а лишь показывает их статус и социальную принадлежность. По данным Словаря иностранных слов русского языка [14], слова *иммигрант* («иностранец, прибывший в какую-л. страну») и *эмигрант* («лицо, выселившееся из своей страны в другую») противоположны по смыслу, а лексема, значение которой их обобщает, – *мигрант*. В Демографическом энциклопедическом словаре дается следующее определение этого слова: «лицо, совершающее миграцию, т. е. пересекающее границы тех или иных территорий со сменой постоянного места жительства навсегда или на более или менее длительное время» [15]. Следовательно, можно утверждать, что данная лексема является наиболее употребительной, обобщенной по семантике и стилистически нейтральной, что делает ее ключевым словом-репрезентантом исследуемого концепта.

Ядро номинативного поля будет установлено одним из предложенных З. Д. Поповой и И. А. Стерниным способов – через анализ контекстов, в которых номинируется исследуемый концепт (а именно в публицистических текстах) [2, с. 125]. Объектом исследования станут все номинации-синонимы исследуемого концепта, включая окказиональные, индивидуально-авторские и описательные.

Для установления *периферии* номинативного поля существует множество методов, значительно дополняющих картину: например, анализ устойчивых сравнений, фразеологических единиц, лексико-фразеологического, паремиологического полей ключевого слова и др. [2, с. 129]. Мы же, работая с определенным текстовым массивом публицистических статей, прибегнем к другому, не менее важному, методу построения поля: к анализу сочетаемости лексем, объективирующих концепт в языке. Из различных примеров сочетаемости лексемы *мигрант* с определениями (прилагательными и причастиями) и глаголами возможно вывести многочисленные признаки концепта «мигрант», анализ частотности которых позволит выявить наиболее яркие, коммуникативно релевантные.

Таким образом, номинативное поле концепта «мигрант» будет описано с помощью ключевого слова-репрезентанта, его синонимического ряда и синтагматических связей единиц, выявленных в публицистических текстах отобранных статей.

В качестве критерия для разделения на группы взят **критерий эмоционально-экспрессивной окраски** единиц номинативного поля: следовательно, все синонимы, глаголы и определения в зависимости от контекста несут нейтральную, положительную или негативную окраску.

Обратимся непосредственно к результатам.

2010-2011 гг.

В статьях за 2010-2011 гг. было зафиксировано **57 различных синонимов, 75 глаголов и 24 определения**, относящихся к слову «мигрант». Перечислим наиболее частотные и коммуникативно релевантные из них.

Синонимы слова «мигрант» распределены в соотношении 6 положительных/36 нейтральных/15 отрицательных (15%/63%/26%). Очевидно, преобладает группа синонимов нейтральной окраски.

- К числу **положительных синонимов** относятся, например, следующие синонимы (в скобках справа от лексемы/словосочетания указано количество случаев словоупотребления): *приезжие работяги* (1), *нормальные трудяги* (1), *составная часть нашего общества* (1). Стоит отметить наличие **тематической подгруппы «Сострадание»**, в которую входит данный синоним: *бедные люди* (1).
- Среди **нейтральных синонимов** наиболее частотными являются: *приезжие* (36), *граждане других государств/иностранцы/иностранцы граждане* (32), *иностранцы рабочие/работники/работающие иностранцы* (8), *иностранная рабочая сила* (6), *иммигранты* (4). Заслуживают внимания такие контекстуальные синонимы, как *экспаты* (2), *беженцы* (1), *этот многолюдный поток* (1), *выходы из бывших республик СССР/стран СНГ/с юга/из Средней Азии и Северного Кавказа* (5).
- **Негативно окрашенными** можно считать следующие синонимы: *гастарбайтеры* (33), *нелегалы* (13), *понаехавшие* (6), *чужие/чужаки* (4), *«гости столицы»* (4), *угроза России* (1), *«черные»* (1), *инородцы* (1) и др. Выделяется особая тематическая подгруппа «Сарказм», куда стоит отнести, например, синонимы *кавказско-азиатская биржа* (1), *смуглые и скуластые джентльмены* (1), *виртуозы метлы и лопаты* (1).

Глаголы и глагольные словосочетания, которые выполняют в предложениях с подлежащим «мигранты» функцию сказуемого, а также образованные с их помощью глагольные словосочетания представляют собой часть периферии номинативного поля и зафиксированы в соотношении 8 положительных/36 нейтральных/31 отрицательных (11%/48%/41%). Нейтральная группа занимает доминирующее положение, однако отрицательно окрашенные глаголы также достаточно частотны.

- Среди **положительно** окрашенных глаголов стоит отметить следующий: *создают добро* (1). Укажем на наличие глаголов **тематической подгруппы «Сострадание»**. К ним можно отнести: *тоже болеют* (1), *часто не имеют возможности адаптироваться* (1), *нуждаются в созащите* (1).
- Среди глаголов, **не несущих эмоциональной окраски**, наиболее частотными являются: *М. едут* (4), *трудятся* (3), *трудятся официально* (3), *приезжают зарабатывать деньги* (3), *по-русски не говорят* (2), *были/будут депортированы на родину* (2).
- **Негативную** окраску имеют следующие глаголы: *М. совершают преступления/изнасилования* (3), *угрожают/становятся угрозой* (3), *работают нелегально* (2), *отнимают наши рабочие места* (2), *достали* (1), *раздражают* (1), *ничего не делают* (1), *увозят наши деньги* (1), *с каждым годом все хуже говорят по-русски* (1), *грабят, насилюют и убивают* (1). К **подгруппе «Сарказм»** можно отнести следующие глагольные словосочетания: *пусть лучше ходят в мечеть, чем курят травку и насилюют наших девочек* (1); *знают русский не лучше жителей какой-нибудь Оклахомы* (1); *приходят со своим укладом, со своими законами, со своими баранами* (1).

Прилагательные и причастия, выполняющие функцию определений слова «мигрант» в предложениях, также формируют периферию концепта и распределены в соотношении 2 положительных/19 нейтральных/3 отрицательных (8%/79%/13%). Определения, принадлежащие к нейтральной группе, являются преобладающими.

- **Положительным** является определение *нужные нам* (1). В выделенной **подгруппе «Сострадание»** находится прилагательное *бедные* (1).

- Среди **нейтральных** определений наиболее частотны следующие: *трудовые* (17), *иностранные* (5), *международные* (4), *работающие* (3), *молодые/юные* (2), *легальные* (2).
- К **негативным** определениям относятся *нелегальные* (4), *плохо говорящие по-русски* (3), *нежелательные* (1).

2015-2016 гг.

В проанализированных за 2015-2016 гг. статьях нами было выявлено **55 различных синонимов, 60 глаголов и 23 определения**, относящихся к слову «мигрант». Обратим внимание на наиболее коммуникативно релевантные и часто употребляемые элементы номинативного поля концепта.

55 **синонимов** слова «мигрант» распределены в следующем соотношении: 5 положительных/32 нейтральных/18 отрицательных (9%/58%/33%). Является очевидным преобладание синонимов без какой-либо окраски.

- В число **положительно** окрашенных синонимов входят, к примеру, *труженики* (1), *заграничные труженики* (1), *работяги-мигранты* (1). Тематическая **подгруппа «Сострадание»** состоит лишь из одного синонима: *лишние люди* (1).
- Что касается синонимов с **нейтральной** окраской, стоит отметить, насколько значительно возросло словоупотребление лексемы *беженец*: по сравнению с результатами анализа статей 2010-2011 гг., где был зафиксирован всего один случай использования данного слова, в материалах 2015-2016 гг. эта лексема встречается 30 раз и является самой частотной в группе. Помимо данного синонима, широко употребляются такие слова, как *приезжие* (25), *иностранцы* (23), *иностранные граждане* (13), *выходцы* (8), *переселенцы* (3), *иностранные гости* (2).
- Среди **отрицательно** окрашенных синонимов наиболее частотны лексемы *гастарбайтеры* (29), *нелегалы* (9), *чужие/чужаки* (4), *чурки* (3), *понаехавшие* (3). Отдельного внимания заслуживают такие синонимы, как *опосредованная угроза* (1), *избыточная/низкоквалифицированная рабочая сила* (2), *ненаши* (1), *внутренняя проблема России* (1). Отчетливо выделяется **подгруппа «Сарказм»**, в которую входят следующие синонимы: *непонятные люди из неведомых краев* (1), *мигрантские души* (1), *равшаны и джамшуты* (1).

Глаголы и глагольные словосочетания являются частью периферии номинативного поля и распределены в соотношении 5 положительных/38 нейтральных/17 отрицательных (8%/63%/29%). Элементы группы нейтральной окраски преобладают.

- Среди **положительно** окрашенных глаголов и словосочетаний можно отметить следующие: М. *хотят как можно лучше говорить на русском* (1), *вкалывают* (1). **Подгруппу «Сострадание»** составляют: М. *встречаются с национализмом, а не с интернационализмом* (1); *не получают никакой медицинской помощи* (1).
- В числе глаголов с **нейтральной** окраской хотелось бы указать: М. *едут в Россию даже в кризис* (1), *бегут из России* (1), *знают русский язык* (1), *приехали зарабатывать* (2), *массово теряют работу* (1), *живут рядом с нами* (1), *намерены остаться* (1), *пользуются Россией как транзитной территорией, чтобы попасть далее в Европу* (1), *заняли выжидательную позицию* (1). Стоит добавить, что, в отличие от данных 2010–2011 гг., ни один из глаголов нейтральной группы 2015–2016 гг. не имеет значительной частотности, большинство из них единичны в употреблении.
- К **негативно** окрашенным глаголам можно отнести, например, такие яркие примеры: М. *забирают наши места* (1), *совершают большую часть изнасилований в Москве* (1), *плохо знают русский язык* (1), *несут многочисленные социальные проблемы, терроризм и радикальные настроения* (1), *оказываются втянутыми в криминал всех разновидностей* (1), *начнут методично резать иноверцев и иноплеменников* (1), *вызывают раздражение* (1), *давят на экономику* (1). **Подгруппу «Сарказм»** образуют два глагольных словосочетания: М. *в московском котле не плавятся* (1), *стопроцентно бьются лбом о ворота Евросоюза* (1).

Наконец, **прилагательные и причастия**, выполняющие функцию определений в предложениях с подлежащим «мигрант» и формирующие, подобно глаголам, периферию концепта, зафиксированы в соотношении 6 положительных/14 нейтральных/3 отрицательных (26 %/61 %/13 %).

- **Положительно** окрашенные определения – это следующие прилагательные: *крепкие* (1), *порядочные* (1), *добросовестные* (1). Подгруппу «Сострадание» составляют лексемы *бесправные* (1), *бежущие от нищеты* (1) и *униженные* (1).
- Среди **нейтрально** окрашенных определений наиболее частотным является прилагательное *трудовые* (27). К их числу также относятся *легальные/официальные* (3), *инокультурные* (1), *этнические* (1), *голодные* (1), *нуждающиеся в адаптации* (1), *нетрудовые* (1).
- Группу определений с негативной окраской составляют: *нелегальные* (3), *незаконные* (1), *психологически недружественные* (1). Как и в случае с результатом анализов статей 2010–2011 гг., слов тематической подгруппы «Сарказм» среди определений не выявлено.

На основании полученных результатов исследования можно сделать следующие **выводы**:

1. Все три составляющие номинативного поля (синонимы, формирующие ядро; глаголы и глагольные словосочетания, а также определения (прилагательные и причастия), формирующие периферию) классифицированы по критерию эмоционально-экспрессивной окраски. Слова и словосочетания, принадлежащие к каждой из трех составляющих, распределены по трем группам: элементы с положительной эмоциональной окраской, элементы с нейтральной окраской и элементы с негативной окраской.
2. **Все элементы** номинативного поля в количестве 156 ед., выявленные в **статьях 2010–2011 гг.**, распределены в соотношении 16 положительных/91 нейтральных/49 отрицательных (процентное соотношение: 10 %/58 %/32 % соответственно). Все элементы номинативного поля в количестве 138 ед., выявленные в **статьях 2015–2016 гг.**, распределены в соотношении 16 положительных/84 нейтральных/38 отрицательных (процентное соотношение: 12 %/60 %/28 % соответственно).
3. **Ядро** номинативного поля концепта «мигрант», построенное на материалах статей 2010–2011 гг., на 63 % состоит из нейтрально окрашенных синонимов, на 26 % – из негативно окрашенных и на 11 % – из положительно окрашенных синонимов. Элементы ядра концепта, построенного на материалах статей за 2015–2016 гг., распределены таким образом: 9 % положительных/58 % нейтральных/33 % отрицательных синонимов.
4. **Периферия** номинативного поля исследуемого концепта, созданная на материалах статей за 2010–2011 г., отражена в следующем процентном соотношении: 10 % положительно окрашенных/56 % нейтрально окрашенных/34 % негативно окрашенных лексем и словосочетаний. Периферия номинативного поля концепта «мигрант», построенная на материалах статей временного промежутка 2015–2016 гг., содержит в себе 13 % положительных/63 % нейтральных/24 % негативно окрашенных элементов. Становится очевидным преобладание **элементов с нейтральной окраской** в текстах обоих временных промежутков. Наименее частотны слова и словосочетания с положительной эмоционально-экспрессивной окраской.
5. Стоит отметить наличие **тематической подгруппы «Сострадание»** во всех группах положительно окрашенных лексем и словосочетаний в номинативном поле обоих временных промежутков. Следует обратить внимание на существование **тематической подгруппы «Сарказм»** во всех группах негативно окрашенных элементов номинативного поля, **кроме** части периферии, состоящей из определений, как в статьях 2010–2011 гг., так и в статьях 2015–2016 гг.

6. Вызывает интерес частный вывод, касающийся ядра номинативного поля концепта, а именно одного из синонимов слова «мигрант» – *беженец*. В статьях временного промежутка 2010–2011 г. эта лексема зафиксирована один раз, в то время как количество случаев словоупотребления данного синонима в статьях 2015–2016 гг. составляет 30. На наш взгляд, такое разительное изменение частотности обусловлено влиянием социально-политических процессов на прессу, поскольку именно в 2015–2016 гг. проблемы Украины и Сирии встали наиболее остро.

В завершении хотелось бы отметить, что изучение номинативного поля концепта «мигрант» – концепта неизменно актуального, неоднозначного и противоречивого – имеет практически безграничный потенциал, поскольку сам концепт надежно закрепился в сознании и жизни людей, а следовательно, и в сфере языка. Перспективы исследования состоят в анализе других составляющих периферии номинативного поля (например, лексико-фразеологической и ассоциативной), а также в определении взаимосвязи и соотношения концептов «мигрант» и «язык».

Ссылки / Reference

- [1] Валюкевич Т. В. Номинативное поле концепта «Внешность» // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XVII междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: СибАК, 2012. с. 22-27.
- [2] Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: Восток-Запад, 2007. 314 с.
- [3] Бляхер Л. Е., Пономаренко Т. В. Концептуализация феномена миграции на индивидуальном уровне: понятие «Мигрант» // Вестник Тихоокеанского Государственного Университета. Хабаровск: ТГУ, 2015. № 2 (37). С. 223-228.
- [4] Скребцова Т. Г. Образ мигранта в современных российских СМИ // Политическая лингвистика. 2007. № 23. С. 115-118.
- [5] Петрякова А. А. Трансформация концепта «мигрант» в российских СМИ. URL: <http://www.radnews.ru/трансформация-концепта-мигрант-в-р/> (дата обращения: 04.12.2016).
- [6] Шерман Е. М. Образ «чужого»: портрет мигрантов в СМИ и архетипы коллективного бессознательного. URL: <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=2756> (дата обращения: 04.12.2016).
- [7] Рейтинг популярности российских СМИ: Массовые газеты. URL: <http://www.exlibris.ru/rejting-izdaniy/> (дата обращения: 04.12.2016).
- [8] Агзамова Д. Б. Построение номинативного поля концепта «Память» в английском и узбекском языках путем проведения ассоциативного эксперимента // Вестник ЧГПУ. 2011. №2. С. 191-198.
- [9] Войтешук И. В. Номинативное поле концепта «Лед» в немецком и русском языках // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2012. №25. С. 6-9.
- [10] Авдоница Л. Н., Костина А. Е. Номинативное поле концепта «семья» в русской и английской культуре // Молодой ученый. 2015. № 15. С. 657-659.
- [11] Архарова А. В. Номинативное поле концепта «провинция» (на материале английского языка) // Вестник ВГУ. Серия: Филология. журналистика. 2007. № 2. С. 9-12.
- [12] Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / под. ред. Н. Абрамова. М.: Русские словари, 1999.
- [13] Толковый словарь Ожегова / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. М., 1949-1992.
- [14] Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. М.: Эксмо-Пресс, 1999.
- [15] Демографический энциклопедический словарь / Гл. ред. Д. И. Валентей. М.: Советская энциклопедия, 1985

УДК 811.111

Понятие национальной
идентичности в политическом
дискурсе Великобритании
(на материале текстов публичных
выступлений парламентариев-
консерваторов
в 2010–2016 годах)

Д. Г. Демидова

Московский государственный институт
международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской
Федерации

*E-mail: dasdemidova@yandex.ru**Научная статья*

В статье исследуется содержание понятия «британская идентичность» в риторике парламентариев-консерваторов в 2010–2016 гг. как одного из ключевых понятий политической коммуникации. На основе анализа дефиниций лексемы *British*, приведенных в современных словарях, а также языковых средств, используемых для обращения к британскому народу консерваторами, был сделан вывод о переопределении национальной идентичности как ценностно-ориентированного, а не этноспецифического понятия.

Ключевые слова: лингвокультурология; лингвоперсонология; теория лингвокультурных типажей; Великобритания; британская идентичность; избиратель; народ

С учетом адресности политической коммуникации одной из наиболее важных задач, стоящих перед политиками, является определение аудитории, которой направляется сообщение. Для общенациональных партий, политическая программа которых, как правило, апеллирует ко всем социальным группам и слоям населения, приоритетное значение имеет формулирование национальной идентичности, тесно связанной с национальной идеей. Для лингвокультуролога представляет интерес исследовать языковые средства, с помощью которых говорящий определяет и презентует образ своего собеседника-реципиента в политической коммуникации, в частности национальную идентичность народа, к которому он обращается и интересы которого представляет. В настоящей статье поставлена цель – исследовать понятие

Для цитирования: Демидова Д. Г. Понятие национальной идентичности в политическом дискурсе Великобритании (на материале текстов публичных выступлений парламентариев-консерваторов в 2010–2016 годах) // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 76–80

For citation: Demidova D. G. British identity in political discourse in Great Britain (based on speeches of Conservative MPs in 2010–2016). *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 76–80. (in Russ.)

British identity in political
discourse in Great Britain
(based on speeches of Conservative
MPs in 2010–2016)

D. G. Demidova

Moscow State Institute of International Relations

Scientific article

The article deals with the scope of British identity in Conservative MPs' rhetoric in 2010–2016 which is used as one of the key ideas in political communication. Analysis of *British* definitions in modern dictionaries, as well as vocabulary used by the Tories to appeal to the British people led us to make a conclusion that national identity is redefined as a value-oriented rather than an ethnically specific notion.

Keywords: linguocultural studies; linguoperonological studies; theory of linguocultural types; Great Britain; British identity; voter; nation

британской идентичности и британскости на материале текстов публичных выступлений парламентариев, представляющих правящую Консервативную партию, в период нахождения на посту премьер-министра Д. Кэмерона.

Самобытность отдельных исторических частей Великобритании (Англии, Уэльса, Шотландии, Северной Ирландии) и колониальное прошлое обусловили наслоение национальной идентичности на этническую. В 1997 году Л. Коллей выделила девять факторов, которые, по ее мнению, подорвали чувство общей национальной идентичности: эрозия протестантизма как основного символа идентичности, упадок монархии, конец имперского обогащения и величия, слабеющая поддержка среди населения централизованной системы управления в стране, делегирование части суверенитета Европейскому союзу, иммиграция в Великобританию из стран Содружества и мусульманских стран, приватизация государственных компаний, конституционные изменения, кризис общевеликобританской классовой политики. [1, с. 162] Сепаратистские настроения в Шотландии, а после референдума о членстве в Европейском союзе и в Северной Ирландии дают основания полагать, что кризис продолжается до сих пор.

Ряд исследователей относят начало формирования британской нации и британской идентичности к 1707 году, когда был подписан Акт об унии между Англией и Шотландией, а образовавшееся государство получило официальное название «Great Britain» [2, р. 8]. Топоним Britain, заимствованный из латыни (Britannia-Britannia) через старофранцузский (Bretaigne), имеет кельтское происхождение (ср. современное гэльское название острова (Ynys Prydain) и восходит к самоназванию обитателей Британских островов *Pritani, которое, в свою очередь, имеет корень *kwritu- (форма, очертание) [3, р. 292]. В качестве самоназвания топоним был впервые использован в форме Rex Britaniae в VIII веке в официальных документах Этельвальда, короля древнеанглийского королевства Мерсии, и использовался вплоть до 1066 года. После Норманнского завоевания топоним был возрожден предположительно историком Джеффри Монмутом, который в своих работах обозначил термином Greater Britain мифическое централизованное государство на Британских островах, якобы существовавшее при короле Артуре. В 1604 году словосочетание «Great Britain» включено в состав титула короля Якова I, объединившего под своей короной Англию и Шотландию (king of Great Brittain, France, and Ireland, defender of the faith).

С 1922 года до настоящего времени название британского суверенного государства – United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland (Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии). В качестве синонимов часто употребляются названия «Great Britain» (Великобритания) и «United Kingdom» (Соединенное Королевство), однако эти обозначения не равны по содержанию: термин «Great Britain» (Великобритания) обозначает три исторические части, расположенные на острове Великобритания: Англию, Уэльс, Шотландию, в то время как термин United Kingdom относится к обеим частям владений британской короны, находящимся на Британских островах – на острове Великобритания и на острове Ирландия.

Многообразие толкования понятия «Britain» отражается в словарных дефинициях лексемы «British», референцирующей признак «британскости»:

Oxford Dictionary of English: 1. relating to Great Britain or the United Kingdom, or to its people or language. 2. of the British Commonwealth or (formerly) the British Empire.

Collins English Dictionary: 1. relating to, denoting, or characteristic of Britain or any of the natives, citizens, or inhabitants of the United Kingdom 2. relating to or denoting the English language as spoken and written in Britain, esp the S dialect generally regarded as standard. See also Southern British English, Received Pronunciation. 3. relating to or denoting the ancient Britons 4. of or relating to the Commonwealth ⇒ British subjects.

Longman Dictionary of Contemporary English: relating to Britain or its people.

Macmillan Dictionary: someone who is British comes from the UK.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary: belonging to or relating to the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland or its people.

В представленных словарных дефинициях лексическое значение этнонима соотносится не только с понятием Britain в узком (Great Britain) и широком смысле (United Kingdom), но и с британским Содружеством наций (British Commonwealth) и

бывшей Британской империей (British Empire), что отражает предметную соотнесенность признака с широким кругом референтов.

Изменения в определении британской идентичности в политическом дискурсе связываются некоторыми исследователями с периодом руководства консервативного премьер-министра Д. Кэмерона в 2010 – 2016 году, с которым связаны прогрессивные изменения в имидже партии [4, р. 55]. Мультикультурность общества, обусловленная миграцией из бывших колоний, равно как и из стран Европейского союза, приводила к необходимости переосмысления понятия британской идентичности и его расширения на новых граждан Великобритании.

Определение национальной идентичности в риторике консерваторов осуществляется с помощью приема дефинирования прямых и контекстуальных лексических номинаций британской нации (Britain, Great Britain, United Kingdom, British people, Britons, our country, the islands). Однако набор признаков, связываемых говорящими с концептом «Britishness», очень размыт и неопределен, при этом представляет собой псевдоконкретизацию понятия:

Ultimately, Islamophobia challenges our basic British identity. One of the most important aspects of our identity is our belief in equality before the law. [5]

When I think about what makes me proud to be British, yes, it's our history, our values, our creativity, our compassion. But there is something else too. I am extremely proud that together we have built a successful, multi racial democracy. A country where, in 1 or 2 generations, people can come with nothing, and rise as high as their talent allows. A country whose success has been founded not on building separate futures, but rather on coming together to build a common home. [6]

When I think of those shared values, those shared experiences that make us proud to be British, I think of something I believe all of us here hold dear: our conviction that equality of opportunity is the cornerstone of a modern and enlightened society. [7]

В представленных примерах мы видим, что британская идентичность выражается не через отличительные национальные признаки, а через политические (equality, multi racial democracy) и этические (compassion, creativity) ценностно-ориентированные понятия, считающимися традиционными для Британии. При том, что идея британской идентичности продвигается достаточно активно (в корпусе из 5039 текстов лексические единицы «Britishness» и «British identity» встречаются в 29 текстах), британская национальная идентичность определяется консерваторами через этические принципы и ценности.

Формулирование ценностно-ориентированного определения идентичности является частью реализации стратегии сплочения, в то же время в контексте исторических частей Соединенного Королевства (Scotland, Wales, Northern Ireland, England = people of these countries) консерваторы включают их самобытность в рамки объединяющей их истории, интегрируя «шотландскость», «английскость» и т. д. в состав понятия «британскости» и используя ключевую для британского политического дискурса метафору семьи, реализуемую с помощью лексических единиц «our family», «partnership»:

We go and watch the rugby and we cheer ourselves hoarse for England, Scotland, Wales or for Ireland, but actually, you know, we're an amazing partnership, an extraordinary family [8].

England, Scotland, Wales and Northern Ireland: four proud nations, but stronger and safer together as partners in our United Kingdom [9].

That desire, that demand, must be what drives us on... to build that new union – where Scotland, England, Wales and Northern Ireland, have more power in themselves, but stand taller together [10].

В качестве референции к аудитории эти топонимы фигурируют только в 2 % текстов, тем не менее, обращаясь к населению Шотландии, Ирландии и Уэльса, говорящие часто подчеркивают культурно-исторический вклад этих территорий в развитие Великобритании и их самобытность, что свидетельствует о доминировании ценностно-ориентированной «британскости» над этнокультурным своеобразием как Великобритании в целом, так и отдельных ее частей. Вместе с тем признание этнокультурной самобытности четырех исторических частей находит выражение в

метафорическом осмыслении британской нации как семьи (family) или союза (partnership) равных (this family of nations, an amazing/great/unique partnership, an extraordinary family).

Не менее деликатным, чем идентичность коренных жителей Великобритании, является вопрос об этноконфессиональной идентичности в британском политическом дискурсе. Возникновение большого количества этнорелигиозных общин выходцев из бывших британских колоний и приток беженцев усиливает кризис национальной идентичности. В ответ на этот вызов в риторике консерваторов, которые ранее открыто критиковали идеи мультикультурализма, появилась апелляция к религиозной идентичности различных конфессиональных групп, репрезентируемая, в свою очередь, с помощью метафоры общего дома, образно представляемого как контейнер-вместилище, в котором функцию колонн-опор выполняют общие ценности.

At the beginning of this new century, our country is home to many different faith communities: Christian, Muslim, Hindu, Sikh, Jewish, Buddhist, Jain and more. [11]

That, I believe, is one of the most important reasons why this country is the best in the world to live in, whether you are Christian or Muslim, Hindu or Sikh, Jewish or of no religion at all, whether you're black or white, male or female, gay or straight. [12]

Идея конфессионального равноправия согласуется с представлениями о Великобритании как о полиэтнической и многоконфессиональной стране, продиктованными, с одной стороны, вынужденной политикой мультикультурализма (т.н. «жесткая модель» [13], до миграционного кризиса) и колониальным прошлым. Обращение консерваторов к теме добрососедства религий поддерживается с помощью актуализации ценностно-ориентированных концептов tolerance, religious freedom, equality и democracy и формулируется в метафоре общего дома (home).

Таким образом, необходимость привлечения дополнительной электоральной базы и невозможность определения национальной идентичности через этноспецифику в условиях мультикультурного общества и сепаратистских настроений в Шотландии побуждают британских консерваторов расширять границы понятия «британская идентичность» и его содержание путем **ценностно-ориентированного определения**. Предлагаемая консерваторами идея «**инклюзивной британскости**» соответствует **необходимости создания социального кода поведения и формирует в общественном сознании представление об отличительности этических принципов и моральных ценностей как британской национальной специфики**. **Апелляция к концепту «британскости» реализует ориентационную функцию с помощью формирования критериев идентичности, указывающих на культурно-языковое и социальное родство граждан, и активизирует национальное самосознание, чувство национальной общности.**

Ссылки / Reference

- [1] Федорова Д. Н. Проблема национальной идентичности в идеологии Британской национальной партии // *Imagines mundi* : альманах исследований всеобщей истории XVI-XX вв. Т.6. № 3. Екатеринбург, 2008. С. 161-171.
- [2] Nicholls A. D. The sovereign of all these isles: British kingcraft and British civil policies under the early Stuarts: A Thesis Presented to The Faculty of Graduate Studies of The University of Guelph in partial fulfillment of requirements for the degree of Doctor of Philosophy. University of Guelph, 1997. 282 p.
URL: <http://www.collectionscanada.gc.ca/obj/s4/f2/dsk2/ftp02/NQ31891.pdf>.
- [3] Celtic culture: a historical encyclopedia. Ed. by Koch J.T. Vol. 1. Oxford: ABC Clío, 2006.
- [4] Погребнова А. Н. Политический дискурс и языковая личность Дэвида Кэмерона // *Филологические науки в МГИМО*. Москва, 2016. № 5. С. 51-69.

- [5] Baroness Warsi's Sternberg Lecture Speech. January 20, 2011.
URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/baroness-warsi-s-sternberg-lecture-speech>.
- [6] JCB Staffordshire: Prime Minister's speech. November 28, 2014,
URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/jcb-staffordshire-prime-ministers-speech>.
- [7] Nicky Morgan discusses the future of education in England (speech). June 18, 2015.
URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/nicky-morgan-discusses-the-future-of-education-in-england>.
- [8] PM Direct at John Lewis (speech). April 2, 2014.
URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-direct-at-john-lewis>.
- [9] David Mundell speech: Our union cherished and defended. October 7, 2015.
URL: <http://press.conservatives.com/post/130946101775/david-mundell-speech-our-union-cherished-and>.
- [10] Ruth Davidson: Speech to Conservative Party Conference 2014. September 28, 2014.
URL: <http://press.conservatives.com/post/98643159700/ruth-davidson-speech-to-conservative-party>.
- [11] Faith and social action: The Rt Hon Sir Eric Pickles MP's speech. June 16, 2011.
URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/faith-and-social-action>.
- [12] A Stronger Britain, Built On Our Values: Home Secretary's speech. March 23, 2015.
URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/a-stronger-britain-built-on-our-values>.
- [13] Кондратьева Т. С. Великобритания в ловушке мультикультурализма // Перспективы, 07.10.2011.
URL: http://www.perspektivy.info/book/velikobritanija_v_lovushke_multikulturalizma_2011-10-07.htm.

УДК 81

Психолингвистическое значение
современных английских
заимствований в языковом
сознании студентов

И. И. Копейкина¹, А. А. Талицкая²,
М. В. Шаманова²

¹Кубанский государственный аграрный
университет им. И.Т. Трубилина

²Ярославский государственный
университет им. П.Г. Демидова

E-mail: kopeykinairina@bk.ru, cliver_08@bk.ru, mshamanova@mail.ru

Научная статья

Psycholinguistic Meaning
of Modern English Borrowed
Words in Students' Linguistic
Consciousness

I. I. Kopeykina¹, A. A. Talitskaya²,
M. V. Shamanova²

¹I.T. Trubilin Kuban State Agrarian University

²P.G. Demidov Yaroslavl State University

Scientific article

В статье рассматриваются особенности восприятия современных англицизмов в сознании носителей русского языка. Проведен сопоставительный анализ семантики исследуемых лексем в языке-источнике на основе лексикографических данных и языке-реципиенте на основе данных психолингвистического эксперимента. Сделаны выводы об особенностях освоения заимствованных слов русским языковым сознанием.

Ключевые слова: семантика; сема; психолингвистическое значение слова; англицизм; ассоциативное поле

The article deals with the perception peculiarities of modern anglicisms in the consciousness of Russian native speakers. The contrastive-comparative analysis of the semantics of the lexical units under study has been carried out on the basis of the lexicographic data in the source-language and on the basis of the psycholinguistic experiment in the target language. Some conclusions about the usage peculiarities of borrowed words by Russian linguistic consciousness are made.

Keywords: semantics; seme; psycholinguistic meaning of a word; anglicism; association area

Наличие новых заимствованных слов – неотъемлемый признак многих языков на современном этапе их развития. Лексические заимствования закономерны и естественны в процессе эволюции языка.

В современной лингвистической науке появляется большое количество работ, посвященных исследованию лексических заимствований из разных языков. Среди них исследования А. А. Залевской, Л. П. Крысина, А. А. Леонтьева, Е. В. Мариновой, Н. М. Шанского и других.

В настоящее время основным источником заимствований, по мнению многих исследователей [1; 2; 3; 4; 5 и др.], является английский язык, из которого «проникает основная масса новейших актуальных понятий из области искусства и культуры (музыка, кино), компьютерных и рекламных технологий и т. д., что коренным образом меняет структуру русской лексической системы и структуру русской ментальности» [2].

К. С. Захватаева отмечает, что заимствование слов английского происхождения происходит в основном через тексты газет, журналов, книг, путем радио и телевидения, а

Для цитирования: Копейкина И. И., Талицкая А. А., Шаманова М. В. Психолингвистическое значение современных английских заимствований в языковом сознании студентов // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 81–89

For citation: Kopeykina I. I., Talitskaya A. A., Shamanova M. V. Psycholinguistic Meaning of Modern English Borrowed Words in Students' Linguistic Consciousness. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 3 (1): 81–89. (in Russ.)

также через электронные средства массовой информации [Там же].

Современные исследователи иноязычных заимствований выделяют следующие их группы:

1) полностью ассимилированные заимствования, которые входят в лексическое ядро русского языка и являются стилистически нейтральными;

2) частично ассимилированные заимствования, которые зафиксированы словарями и являются профессиональными, стилистическими или эмотивными маркерами;

3) не ассимилированные русским языком заимствованные лексические единицы, которые находятся на периферии словарного запаса русского языка и имеют узуальное, но достаточно регулярное употребление, продиктованное стилистической и тематической направленностью текста;

4) собственно иностранные слова, выражения и аббревиатуры, не входящие в словарный состав русского языка, чье использование продиктовано соображениями моды и престижа [5].

На фактор моды как одну из социально-психологических причин лексического заимствования указывает Л. П. Крысин: «Многие носители считают иностранное слово более престижным по сравнению с соответствующим словом родного языка» [3].

Большое количество заимствованных слов, в разной степени ассимилированных русским языком, обуславливает возникновение вопроса об адекватности их понимания носителями русского языка. Освоение современных англицизмов представляет собой довольно сложный процесс, но при этом нередко является обязательным условием эффективной коммуникации.

Разные возрастные группы носителей языка неравномерно используют заимствованную лексику. О. Э. Бондарец в своем исследовании английских заимствований в русском языке указывает: «Статистический анализ показал, что на сайтах для молодежи, по сравнению с информационно-развлекательными сайтами для представителей старших возрастных групп, наблюдается большой процент заимствований для обозначения блоков информации на страницах. Это объясняется тем, что молодое поколение в целом свободнее владеет английским языком и в большей степени подвергается экспансии англоязычной культуры» [1]. Выявленная закономерность употребления иностранных слов обуславливает необходимость обращения к молодежной аудитории в исследованиях значения современных заимствований.

Целью данной статьи является психолингвистическое описание значений иностранных слов в сознании носителей русского языка.

В качестве материала исследования были отобраны неассимилированные заимствованные из английского языка лексемы в количестве 5 единиц: *батл (баттл), контент, скриншот, супервайзер, тотал-лук*.

Выбранные лексемы не зафиксированы современными толковыми словарями русского языка. Лексикографическое описание данных лексем осуществляется на базе англоязычных словарей.

Испытуемым было предложено следующее задание:

Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте.

Продолжите фразы:

Батл (баттл) – это...

Скриншот – это...

Контент – это...

Тотал-лук – это...

Супервайзер – это...

Укажите, пожалуйста, свои данные: пол _____, возраст_____.

В эксперименте приняли участие 100 студентов двух российских вузов: Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина и Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, среди них мужчин – 56, женщин – 44.

По результатам эксперимента были составлены ассоциативные поля соответствующих лексем.

Батл (баттл) 100 – соревнование 8; битва, сражение; противостояние 7; битва; поединок 4; соревнование, битва; соревнование, сражение; сражение; сражение, противостояние 3; бой, сражение; состязание, соревнование 2; battle – состязание, битва, противостояние; битва (чаще словесная или танцевальная); битва или борьба между субъектами по каким-л. спорам; битва между определенными командами; битва, в современном понятии творческое соперничество; битва, какое-либо сражение, обусловленное конфликтом; битва, противостояние; битва, сражение, соперничество; битва, схватка, соревнование, проводимое между личностями либо же группой лиц; бой, битва, на ринге; битва, направленная на выявление лучшего в своем деле, например, музык. батл; бой, противостояние, драка; борьба в каком виде искусства; борьба, противостояние, сражение; версус, определение сильнейшего; война, соревнование; в современном значении употребляется как соревнование; выяснение отношений; драка; дуэль между двумя людьми с определенными конкретными правилами; когда соревнуются 2 (или более) человека между собой с целью выигрыша (реп-баттл, версус-баттл); в основном это выкладывают в интернет; конкурс, соревнование; муз. батлы между двумя или более людьми; краткосрочное соревнование, соперничество; музыкальный поединок; поединок, соревнование, схватка; поединок, состязание, соревнование; противоборство за лидерство; противостояние (раз на раз за гаражами); противостояние двух или более соперников в чем-л., например танцевальный батл и т. д.; противостояние между людьми; противостояние, поединок; противостояние, соперничество; противостояние, соревнование между людьми; своеобразное соревнование между людьми (группой) в какой-либо творческой области, например танцевальный батл; словесные соревнования между людьми; словесный поединок, перешло из рэп-культуры; соперническое мероприятие между двумя людьми, которое доказывает, что они лучше других; соперничество между двумя людьми; соперничество, соревнование между двумя или более людьми; соревнование в чем-л.; соревнование между несколькими людьми; соревнование, поединок между людьми, который показывает, кто лучше, в основном это танец, песня, рэп; соревнование, противостояние в чем-л.; соревнование, соперничество между людьми; соревнования между людьми, бывают в танцах, музыке и т. д.; соревновательный процесс между двумя или более сторонами; состязание; состязание, соревнование, противостояние; сражение (танцевальное и др.) между учениками для того, чтобы определить, кто сильнейший; сражение, бой, битва; сражение, поединок; сражение, разборка; сражение, столкновение; схватка; схватка, сражение; иногда соревнование между кем-то в интернете; хайп, построенный на хейте соперника 1.

Всего 100 реакций, из них различных – 70.

Для описания психолингвистического значения лексемы *батл (баттл)* ассоциативные реакции были подвергнуты семантической интерпретации и сформулированы как семы: соревнование 36; сражение 27; битва; противостояние 22; между людьми 15; поединок 11; соперничество 7; музыка; танец 6; состязание 5; бой; показывает, кто лучше; схватка 4; словесные 3; борьба; версус; драка; между командами; творческое 2; в интернете; вид искусства; война; выкладывают в интернет; выяснение отношений; двух или более соперников; дуэль; за лидерство; заимствовано из рэп-культуры; конкурс; краткосрочное; между двумя или более сторонами; между субъектами; между учениками; на ринге; обусловлено конфликтом; по определенным правилам; по спорным вопросам; противоборство; разборка; с целью выигрыша; своеобразное; сильнейший; совр. соревнование; столкновение 1.

Сходные семы были нами обобщены, и психолингвистическое значение лексемы *батл (баттл)* сформулировано как связанное перечисление обобщенных семантических компонентов.

Батл (баттл) –

1. своеобразное 1 краткосрочное 1 соревнование 132 между двумя или более людьми 18 или командами 3; в разных видах искусства 17, словесное 3 или на ринге 1 с целью определения сильнейшего 8, проводимое по определенным правилам 1, выкладываемое в интернете 2, заимствованное из рэп-культуры 1.

Всего 188 реакций.

2. битва, сражение, бой 18.

Всего 18 реакций.

Сравним полученное психолингвистическое значение с лексикографическим описанием данного слова (в скобках дан дословный перевод дефиниций).

Battle –

1. fight, especially between organized and armed forces (сражение (битва), особенно между организованными и вооруженными силами).

2. victory; success (победа; успех) [6].

Смысловая структура лексемы *батл* (*баттл*) различна в русском и английском языках. Семы 'сражение', 'битва' оказываются актуальными как для английского, так и для русского языков, однако в русском языке указанные семы образуют синонимическую парадигму с семантическими компонентами 'соревнование', 'соперничество', 'состязание'. Следовательно, в русском языке значение «битва, сражение (военное)» является периферийным, ядерным является значение «соревнование», которое испытуемыми отмечается как «современное».

В русском языке значение «victory; success» на материале психолингвистического эксперимента не выделяется.

Остальные лексемы описываются по схеме лексемы *батл* (*баттл*).

Скриншот 100 – снимок экрана 33; фотография экрана 6; снимок экрана (компьютера, телефона) 5; снимок экрана гаджета 4; копия; снимок 3; фотография экрана на телефоне, на компьютере 2; быстрый снимок, запечатлеть; встроенная функция в телефонах, когда можно сделать фотографию рабочего стола и т. д. без дополнительных устройств; дубликат файла путем фотографирования, печати и т. п.; запечатление; запечатление вида экрана телефона (ноутбука и т. д.); картинка, на которой запечатлен рабочий стол, открытый сайт; информация, выведенная на экран устройства; копирование или фотографирование экрана или текста; копия рабочего стола на компьютере или мобильном устройстве; копия, картинка, изображение; обозначение в Интернете слов или словосочетаний, обозначается в электронной версии так – #; снимок с экрана гаджета (телефона, компьютера, планшета); снимок экрана (смартфона, ноутбука); снимок экрана какой-либо техники; снимок экрана компьютера, смартфона, планшета; снимок экрана компьютера, телефона и иной техники, где можно совершить данные действия; снимок экрана монитора; снимок экрана рабочего стола (компьютера, телефона, планшета); снимок экрана телефона; снимок экрана телефона, ноутбука, планшета; снимок экрана телефона, планшета, компьютера; снимок экрана устройства; снимок экрана, захват экрана; сохранение изображения экрана компьютера в его памяти; сохранение текущего состояния экрана в файл; съемка экрана; фиксация экрана в виде изображения, снимок экрана; фото того, что именно показывает экран телефона, планшета; фото экрана телефона или компьютера; фото экрана устройства; фотография (снимок) экрана; фотография внутри гаджета, электронного устройства; фотография панели (экрана); фотография с монитора; фотография экрана девайса (компьютер); фотография экрана какого-л. гаджета; фотография экрана телефона, планшета, компьютера; функция на телефоне, позволяющая сделать снимки экрана; функция, позволяющая сделать снимок экрана; электронная копия картинки 1.

Всего 100 реакций, из них различных – 47.

Одна реакция (обозначение в Интернете слов или словосочетаний, обозначается в электронной версии так – #) является ошибочной.

К ошибочным мы относим индивидуальные единичные реакции, выявленные на основе сопоставления со значением соответствующих английских лексем и с частотными реакциями, полученными в эксперименте на данный стимул.

Семный состав лексемы *скриншот*: экрана 84; снимок 66; фото (фотография) 22; телефона 17; компьютера 16; планшета 7; копия; на гаджете 6; устройство 5; рабочего стола 4; запечатлеть; изображение; картинка; функция 3; в телефонах; монитора; ноутбука; смартфон; сохранение; техники; файла; электронный 2; быстрый; в интернете; в памяти компьютера; внутри гаджета; встроенная; дубликат; захват экрана; информация; копирование; лэптоп; на мобильном; открытый сайт; путем печати; съемка; текста; текущее состояние 1.

Психолингвистическое значение лексемы *скриншот*.

Скриншот –

1. быстрый 1 снимок 106 текущего состояния 1 экрана 90 электронного 2 или мобильного 1 гаджета 13 (телефона 17; компьютера 16; планшета 7; ноутбука 3; смартфона 2) в файл 2 или в память компьютера 1, который можно распечатать 1.

Всего 263 реакции.

2. встроенная 1 функция 3 в телефонах 2, позволяющая сделать снимок экрана 2, фотографию рабочего стола 1.

Всего 9 реакций.

Сравним полученное психолингвистическое значение с лексикографическим описанием данного слова.

Screenshot – (computing) an image of the display on a screen, used when showing how a program works ((информатика) изображение дисплейной панели на экране монитора, которая показывает, как работает программа) [6].

Несмотря на наличие общих сем в русском и английском значениях ('экран', 'монитор', 'изображение'), дефиниции исследуемой лексемы не совпадают.

В русском языке лексема *скриншот* многозначная. В английском языке функционирование данной лексемы ограничено компьютерной областью, в то время как в русском языке такого ограничения не наблюдается.

Контент 100 – содержание 13; информационное содержание 4; информация 3; источник информации 2; внутреннее содержание; возможно связано с интернетом (соединение, связь); все, что есть на сайте, содержание, любые файлы, находящиеся на сайте; годная информация; данные; дополнение содержания; дополнительное содержание; интересное содержание; интересный материал для просмотра; информативное содержание какого-либо ресурса; информативный источник, носящий познавательную или развлекающую информацию; информационное содержание от каких-либо информационных источников (ТВ, интернет и т. п.); информация в интернете; информация в определенном объеме; информация о чем-либо, на какую-либо тему; информация, дополнение; информация, которую можно получить из разных источников, в частности в интернете; информация, наполнение, содержание (чаще всего электронные); информация, содержимое; источник; какая-либо информация; какая-либо информация в любом виде (графика, звук, текст); какой-либо контакт, пространство, находится в...; канал получения информации; материал (для съемки); материал (производственный); материал; материал для определенной аудитории (умственный); материал, содержание файла либо произведения; наполнение информацией какого-либо источника (веб-сайт); наполнение, содержание; направление в чем-либо (в музыке, в фотографии и т. д.); направление, тематика; новости, информация, различные файловые содержания, которые выкладываются в интернет; образ чего-либо, содержание; объединение людей с одинаковыми взглядами или одинаковыми целями; определенная информация, подаваемая в интернете в формате видео, картинок, текста; определенная качественно проделанная работа, выложенная в сеть; определенная направленность материала (видео, аудио, фото); определенный материал; определенный список чего-л.; основной материал или дополнение к чему-либо; посты, информация; представление, описание к-л. программы; приемник; применение чего-либо; сайт; сайт с информацией; смысловая нагрузка информации; совокупность каких-либо материалов, состав чего-л.; содержание излагаемого; содержание или дополнение; содержание информации; содержание какой-либо программы; содержание сайта; содержание страницы / канала; содержание, информация; содержание, к примеру, телепередачи; содержание, культурная составляющая; содержащаяся в чем-либо информация; содержит определенную информацию; соединение; страница с данными; творчество людей, выложенное в общий доступ в интернете; тема, тематика; тематика; тематика, содержание; трансляция; цифровой материал, выкладываемый в общедоступные ресурсы; цифровой продукт (видео, музыка и т. д.) 1.

Всего 92 реакции, из них различных – 76.

Ошибочными являются следующие реакции: какой-либо контакт, пространство, находится в...; направление в чем-либо (в музыке, в фотографии и т. д.); объединение

людей с одинаковыми взглядами или одинаковыми целями; определенная качественно проделанная работа, выложенная в сеть; приемник; применение чего-либо; соединение; трансляция 1.

Семный состав лексемы *контент*: содержание 37; информация 29; материал 10; связано с интернетом 7; тематика 5; сайт 4; дополнение; источник; источник информации; с определенной направленностью; файл; цифровой 3; в графике; видео; выкладывается в общедоступные ресурсы; интересный; наполнение; страница с данными; ТВ; текст 2; в определенном объеме; внутреннее; годная; данные; для определенной аудитории; для просмотра; для съемки; для ума; дополнительное; звук; излагаемого; канал; культурная составляющая; музыка; на электронных носителях; наполнение информацией веб-сайта; направление; новости; образ чего-л.; описание какой-либо программы; основной материал; передается; познавательная; посты; программы; произведение; производственный; развлекательная; ресурс; смысловая нагрузка; совокупность материалов; список; творчество людей; тема 1.

Психолингвистическое значение лексемы *контент*.

Контент – содержание 83 основного 1 источника 8 или дополнения к нему 4 (сайта 6, файла 5, программы 2, телепередачи 2, произведения 1) на определенную тему 6 (познавательная 3, культура 1, новости 1, производственная 1, развлекательная 1, творческая 1), определенной направленности 4 (видео 2, графика 2, текст 2, звук 1, музыка 1, пост 1), выкладываемое в интернет 10 или расположенное на электронных носителях 1, цифровое 3, в определенном объеме 1, интересное 2, годное 1, для определенной аудитории 1, для просмотра 1, для съемки 1.

Всего 160 реакций.

Сравним полученное психолингвистическое значение с лексикографическим описанием данного слова.

Content –

1. the things that are contained in sth (то, что содержится в чем-то).
2. the different sections that are contained in a book (разные разделы, которые содержатся в книге).
3. the subject matter of a book, speech, program, etc. (содержание книги, речи, программы и т. д.).
4. the amount of a substance that is contained in sth else (количество вещества, которое содержится в чем-либо еще).
5. (computing) the information or other material contained on a website or CD-ROM ((информатика) информация или другой материал, содержащийся на веб-странице или диске) [6].

Актуальным для русского языка оказывается значение «the information or other material contained on a website or CD-ROM», при этом наблюдается расширение семантики исходного англицизма, снятие ограничения в употреблении лексемы. Сема 'содержание' объединяет все значения лексемы *content* в английском языке и является ядерной в лексеме *контент* в русском языке. Не реализованы в русском языке первое и четвертое значение англицизма.

Тотал-лук 100 – внешний вид 5; образ; финальный взгляд 3; готовый комплект одежды; образ, имидж; осмотр; полный вид; шмотки 2; «туалет», полный вид одежды; большое количество просмотров; веб-паутина; вещи; вещи от одного дизайнера или бренда; возможно, это обыск или допрос; всеобщий взгляд на что-либо; гармоничный внешний вид; законченный образ; законченный вид; законченный образ (стиль): прическа, макияж, одежда и аксессуары вместе в одном образе; игра; имидж; какой-либо необычный образ в одежде; комплект одежды для выхода в свет; комплект, набор одежды; контроль, надзор; косметика, одежда; массовая слежка; массовый смотр чего-либо; мода; модная одежда (вид); наряд; образ человека; образ, вид; образ, выполненный в одном стиле; образ, комплект одежды; образ, принятый в обществе; образ, стиль; общий взгляд на моду; общий вид; общий конечный вид; одежда; окончательный, законченный вид; повседневная одежда в одном стиле и цвете; полностью продуманный и созданный образ; полноценный вид; полноценный внешний вид; полноценный внешний вид, состоящий из одежды; полный взгляд (контроль), тотальный контроль;

полный комплект, полный набор одежды с макияжем; полный образ; полный образ, имея в виду внешний вид; полный образ, сочетание макияжа, одежды, аксессуаров, и, если убрать хоть один элемент, образ считается незаконченным; связано с лицом, вид лица; современное видение, взгляд на вещь; сочетание комплекта одежды; сочетание одежды; сочетание одежды в соответствии с модой или просто со вкусом человека; стиль в одежде; стиль, индивидуальность, мода; стиль, считается топовым; то, как человек выглядит (шмотки на туловище); то, как человек выглядит в целом; тотальная слежка; финальный взгляд, итог; финальный вид или образ; хороший вид; что-то из 2007; широкий взгляд 1.

Всего 81 реакция, из них различных – 68.

Ошибочными являются следующие реакции: финальный взгляд 3; осмотр 2; большое количество просмотров; веб-паутина; возможно, это обыск или допрос; всеобщий взгляд на что-либо; игра; контроль, надзор; массовая слежка; массовый смотр чего-либо; общий взгляд на моду; полный взгляд (контроль), тотальный контроль; современное видение, взгляд на вещь; тотальная слежка; финальный взгляд, итог; что-то из 2007; широкий взгляд 1.

Семный состав лексемы *тотал-лук*: образ 17; вид 12; внешний вид 11; одежда 10; комплект одежды 7; стиль; вещи 5; имидж; полный 3; готовый; завершённый; законченный; мода; полноценный; сочетание макияжа, одежды, аксессуаров, причёски; человека 2; бренд; в одном стиле; в соответствии с модой; в соответствии со вкусом человека; гармоничный; для выхода в свет; индивидуальность; косметика; макияж; модный; общий; общий конечный; одежда; одного дизайнера; одного стиля; окончательный; отсутствие одного из элементов делает образ незаконченным; повседневная; полностью продуманный; полноценный; полный; принятый в обществе; связано с лицом; созданный; сочетание; топовый; туалет; финальный; хороший; цвет 1.

Психолингвистическое значение лексемы *тотал-лук*.

Тотал-лук – завершённый 19 гармоничный 2 образ 48 человека 2, включающий одежду 24, сочетающий макияж, одежду, аксессуары, причёску, цвет 7, одного стиля 2, бренда 1, одного дизайнера 1 в соответствии с модой 4, вкусом человека 2 для выхода в свет 1 или повседневный 1, принятый в обществе 1, отсутствие одного из элементов делает образ незаконченным 1.

Всего 116 реакций.

Сравним полученное психолингвистическое значение с лексикографическим описанием данного слова.

Total – complete, entire (весь, целый; полный).

Look –

1. act of looking (взгляд).
2. facial expression (выражение лица).
3. (pl) person's appearance (внешность человека) [6].
4. a combination of design features giving a unified appearance; a new look in women's fashions (сочетание черт дизайна, дающее единый образ; новый взгляд в женской моде) [7].

В языке-источнике лексемы *тотал-лук* не существует, есть словосочетание *total look*, имеющее значение «общий вид». Сема 'завершённый' в русском языке связана со значением английского слова *total*. В остальном психолингвистическое значение лексемы *тотал-лук* совпадает с четвертым значением англицизма *look*.

Супервайзер 100 – руководитель 8; должность 4; наблюдатель 3; администратор; менеджер; менеджер или продавец; управляющий, руководитель 2; «заправляет» промоутерами; super (супер) wise (мудрый); административная должность в бизнесе; администратор в каких-либо отраслях бизнеса; быстрый Интернет; должность наблюдателя; закупка; закупщик; как связующий в волейболе; какой-либо управляющий, менеджер, администратор; контролер; менеджер, расставляет продукты по категориям на полках в магазине; менеджер, руководитель; многофункциональный предмет; наблюдатель, руководитель, смотритель; надзорщик, контролер; начальник над отделом, группой; начальник отдела (группы), управляющий; начальник отдела; подзорщик; привилегированный пользователь; продавец, реализатор; профессия; профессия или должность, связанная с бизнесом или работа с персоналом; профессия управляющего

персоналом; профессия, администратор; профессия, ответственный по работе с персоналом; профессия, связанная с торговлей; работник маркета, отвечающий за определенное действие; работник, руководящий; разработчик какого-нибудь сайта или специалист-программист; реализатор; руководитель в системе маркетинга; руководитель, главный; руководитель, начальник; руководитель, продажник; слово, связанное со словом *wise* – мудрый, супервайзер – какой-либо очень мудрый человек; смотритель; современное приспособление для чего-либо; специалист; специалист в области рекламы; специалист в рекламе; специалист в сфере маркетинга; специалист в торговой области; специалист, который разбирается в нескольких областях определенной профессии; супер Джо; тот, кто контролирует работу персонала; управляющий (начальник), раздающий задания своим подчиненным; управляющий промоутерами; человек или устройство, который наблюдает за чем-либо; человек, который занимается продажей, руководит; электронное устройство 1.

Всего 75 реакций, из них различных – 56.

Ошибочными являются следующие реакции: *super* (супер) *wise* (мудрый), какой-либо очень мудрый человек 2; быстрый Интернет; закупка; как связующий в волейболе; многофункциональный предмет; подзорщик; привилегированный пользователь; разработчик какого-нибудь сайта или специалист-программист; расставляет продукты по категориям на полках в магазине; современное приспособление для чего-либо; специалист, который разбирается в нескольких областях определенной профессии; супер Джо; устройство, которое наблюдает за чем-либо; электронное устройство 1.

Семный состав лексемы *супервайзер*: руководитель 17; управляющий 8; должность; менеджер 7; профессия 6; администратор; в торговой области, бизнес; начальник; специалист 5; наблюдатель 6; над отделом, группой; продавец; работа с персоналом 3; в области рекламы; в системе маркетинга; контролер; наблюдает за чем-либо; промоутерами; реализатор; человек, который занимается продажей 2; административная; главный; закупщик; работник маркета; раздающий задания своим подчиненным 1.

Психолингвистическое значение лексемы *супервайзер*.

Супервайзер –

1. руководитель 31 отдела, группы 3, раздающий задания своим подчиненным 1, администратор 5 в торговой области, бизнесе 2, наблюдатель 8, контролер 2 за промоутерами 2.

Всего 55 реакций.

2. должность 7 или профессия 13 в торговой области, бизнесе 3 или административная 1;

Всего 24 реакции.

3. специалист 5 в торговой области, бизнесе 9, по работе с персоналом 3, в области рекламы 2, в системе маркетинга 2.

Всего 21 реакция.

Сравним полученное психолингвистическое значение с лексикографическим описанием данного слова.

Supervisor – a person who supervises somebody or something (человек, который за кем-то или чем-то наблюдает) [6].

Лексема *супервайзер* функционирует в русском языке как многозначная, в отличие от английского языка, причем ядерным, по данным психолингвистического эксперимента, является значение «руководитель, администратор». При наличии интегральной семы 'человек' в первом и третьем значениях дифференциальные семы конкретизируют названные значения – 'руководитель', 'администратор', 'наблюдатель', 'специалист'. В русском языке возникает семема «должность или профессия», отсутствующая в языке-источнике.

Таким образом, исследуемые нами заимствованные лексемы *батл* (*баттл*), *скриншот*, *контент*, *тотал-лук* и *супервайзер* по-разному освоены носителями русского языка.

Наиболее освоенными оказались две лексемы:

1) *батл* (*баттл*), поскольку 100 испытуемых дали 100 реакций, не было отказов и ошибочных реакций;

2) *скриншот*, поскольку 100 испытуемых дали 100 реакций, не было отказов, лишь один испытуемый дал ошибочную реакцию, при описании значения лексемы высок процент сходных реакций (более 50 %).

Другие лексемы в меньшей степени освоены русским языковым сознанием, поскольку встречаются отказы в определении значения слова, высок процент различных реакций, присутствуют ошибочные дефиниции.

Причинами ошибочных определений, на наш взгляд, являются следующие:

1) дословный поморфемный перевод англицизма (калькирование), как, например, в случае с лексемой *супервайзер* (*super* (супер) *wise* (мудрый), какой-либо очень мудрый человек);

2) ассоциативные связи со сходными по звучанию словами иноязычного происхождения: *контент* – *контакт*;

3) наличие нескольких заимствованных слов с нечетким разграничением семантики: *супервайзер* – *мерчендайзер* – *менеджер*.

Ссылки / Reference

- [1] Бондарец О. Э. Иноязычные заимствования в речи и в языке: лингвосоциологический аспект. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2008. 144 с.
- [2] Захватаева К. С. Роль английского языка в процессе современного англо-русского языкового контактирования // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Нижний Новгород, 2012. № 3 (1). С. 400-403.
- [3] Крысин Л. П. Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий // Вопросы языкознания. 2002. № 2. С. 30-34.
- [4] Маринова Е. В. Иноязычные слова в русской речи. Освоение и функционирование. LAP LAMBERT Academic Publishing GmbHCo, 2012. 564 с.
- [5] Нарочная Е. Б., Шевцова Г. В. Иноязычные слова в современной российской публицистике // Язык и культура. 2009. № 4. С. 84-97.
- [6] Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 7-th edition. Oxford University Press, 2005. 1905 p.
- [7] Merriam-Webster. Dictionary and Thesaurus. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/look>